Regulamentação dos meios de comunicação no Brasil: Um debate a ser exercido e compreendido

Paulo Daniel e Silva(*)

Introdução

O presente artigo pretende compreender a importância da regulação nos meios de comunicação, particularmente, no Brasil.

Para tanto, inicia-se com uma contextualização sobre democracia e poder, em seguida, analisa a importância dos investimentos em tecnologia da informação, pois são vitais para o desenvolvimento e propagação da informação. No ponto seguinte, faz uma avaliação da regulamentação nos meios de comunicação, aí observa-se uma obsolescência das leis em vigor, principalmente por conta do avanço tecnológico e as mudanças políticas e econômicas no Brasil e na América Latina. Na sequência, apresenta-se alguns dados sobre a concentração dos meios de comunicação no Brasil. Por fim, as considerações finais vão ao encontro da necessidade de regulamentação dos meios de comunicação no Brasil, com vistas não somente ao direito à informação, mas também, pela desconcentração de mercado e abertura de novas frentes de formação e informação.

Palavras-chave: Democracia, Mídia, Regulamentação

JEL: D0; D19; D69

(*) Economista, mestre em economia política PUC-SP, doutorando em economia IE/Unicamp, membro da Plataforma Política Social

Compreendo alguns pontos sobre democracia

Quando se pensa o setor de mídia/meios de comunicação, necessariamente, se pensa em relações de poder, particularmente de poder econômico. A atuação da mídia – e dos meios de comunicação de maneira geral – sempre esteve fortemente conectada, ao longo dos últimos séculos, aos processos de consolidação das sociedades democráticas. Exatamente por isso, a existência de meios livres de informação e expressão passou a ser, historicamente, um dos principais fundamentos na quase totalidade das conceituações de democracia.

Cabe ressaltar que tal dimensão atribuída à mídia tem relação direta com a potencial função social que ela passou a desempenhar nas sociedades contemporâneas. Dentre os diversos e possíveis papéis exercidos pelos meios de comunicação, poderíamos destacar o seu dever de levar informações contextualizadas para a população, a capacidade de influenciar a definição dos temas centrais da agenda pública e a atuação no monitoramento e no controle social dos atores políticos.

Este processo, inerente ao próprio cenário democrático, vem a colocar, entretanto, um desafio de grandes proporções para a mídia: como cumprir de forma adequada sua função social – reportar, informar, discutir – em situações nas quais os interesses do próprio setor estão em jogo?

Um dos aspectos diz respeito ao poder que a mídia possui de interferir – a partir daquilo que veicula ou omite – nos temas que estarão no topo da lista de prioridades dos decisores, formadores de opinião e, muito frequentemente, da sociedade como um todo.

Com a rápida expansão e diversificação de suas áreas de atuação – em grande parte, em função do processo de reconhecimento dos direitos humanos de cidadãos e cidadãs ocorrido nas últimas décadas – os Estados nacionais se veem diante da necessidade de definir prioridades de ação, entre os diferentes demandas colocadas cotidianamente na esfera pública.

Desse modo, a frequência com que a imprensa reporta os diferentes assuntos impõe-se como um dos fatores de interferência na definição das políticas

públicas – apesar de não ser o único e, em muitos casos, estar longe de ser o principal. Questões que afetam de forma direta a vida dos eleitores, por exemplo, acabam por ser pouco influenciadas pelo volume de informações trazido pelo noticiário: por mais que a mídia insistisse em não cobrir o campo da saúde, os eleitores iriam continuar demonstrando aos seus representantes que este é um assunto central em suas vidas.

Neste sentido, Schumpeter pensa uma doutrina de democracia, que seria empírica, realista e adequada à situação dos países ditos democráticos. Neles, os cidadãos ativos e o "governo do povo" são substituídos pelo processo eleitoral competitivo. Com isso, para Schumpeter, a democracia deve ser vista como um regime em que os governantes são escolhidos por meio da concorrência pelos votos dos cidadãos.

> "O princípio da democracia, então, significa apenas que as rédeas do governo devem ser entregues àqueles que contam maior apoio do que outros indivíduos ou grupos concorrentes. E esta definição, por seu turno, parece assegurar a situação do sistema majoritário dentro da lógica do método democrático, embora possamos ainda condená-la por motivos alheios à sua lógica." (SCHUMPETER, 1961, p.325)

Ainda que as observações de Schumpeter respaldem-se em dados empíricos e análises cotidianas, avalizar sua teoria, de forma ampla, é aceitar a redução da democracia a esse arranjo institucional, assim como o processo de naturalização do comportamento mecânico dos cidadãos na política e a pretensa neutralidade de suas decisões.

Quando Schumpeter diz que a democracia é isso, ele nega liminarmente a possibilidade de aproximação da democracia real com o ideal democrático, seja pela ampliação da autonomia coletiva na vida cotidiana, seja por meio de instrumentos que qualificam os eleitores a uma melhor interlocução com seus representantes, garantindo que as decisões dos últimos respondam com mais eficácia aos interesses dos primeiros.

Para Schumpeter, o problema da ampliação da participação popular na política não está em questão, porque a ausência dos cidadãos e cidadãs comuns é um benefício a ser preservado. Ele acredita que a atividade de governo demanda

competências próprias e deve ser de responsabilidade exclusiva dos que estão preparados para ela. A “interferência externa” atrapalha. Assim, a democracia teria um valor puramente instrumental: ela serve para gerar um governo legítimo. Haveria um *trade-off* entre o aumento da participação popular e a eficiência da ação de governar. De maneira geral, mais participação redundaria em menos governabilidade.

Entretanto, a visão schumpeteriana de democracia é ainda muito restrita e, de certa maneira, míope, pois a relações de poder podem se dar pelas grandes corporações e/ou famílias tradicionais de uma determinada sociedade, moldando a forma de democracia.

> “Many of the foudations, policy-discussion groups, and think tanks in the policy-planning network also operate as part of the opinion shaping network. In this network, however, two other very weighty forces, large public relations firms and the public affairs departments of the major corporations, also play a role. Both have large staffs and of the ability to complement their efforts with financial donations from the corporate foudations. These core organizations are connected to a widespread dissemination network that includes special committees to influence single issues, corporate-financed advertising councils, local advertising agencies, and the mass media.” (DOMHOFF, 2010, p.120)

Para Domhoff, ao compreender a sociedade estadunidense, o poder econômico, o que, sob o capitalismo gera uma classe de negócios de propriedade e uma classe trabalhadora, juntamente com as pequenas empresas e artesãos qualificados que são autônomos, e um número relativamente pequeno de profissionais altamente qualificados, como arquitetos, advogados, médicos e cientistas, demonstra a principal razão pela qual o dinheiro pode governar - ou seja, o porquê os empresários que contratam trabalhadores podem governar - é que as pessoas que trabalham nas fábricas e campos foram divididos desde o início, livres e escravos, brancos e negros e, posteriormente, em vários grupos étnicos de imigrantes, neste sentido, torna-se difícil aos trabalhadores como um todo, se unirem politicamente para lutar por maiores salários e melhores benefícios sociais.

Dominação por poucos não significa o controle completo, mas sim a capacidade de definir os termos em que outros grupos e classes devem operar. Acima de tudo, há a liberdade de expressão e o direito de voto. Embora o voto não faz necessariamente o governo sensível à vontade da maioria, sob certas circunstâncias, o eleitorado tem sido capaz de colocar restrições sobre as ações das elites ricas, ou decidir qual elites terão a maior influência sobre a política. Isto é especialmente uma possibilidade quando há divergências dentro dos mais altos círculos da riqueza e influência. É neste sentido, que o Estado através dos representantes eleitos e com participação da sociedade deve interferir nas relações sociais com objetivo ao menos de minimizar as diferenças ou a sobreposição de uma classe sobre outra.

A importância dos investimentos em TIC

Com o objetivo de procurar compreender as relações de poder no setor de comunicação é vital analisar os investimentos do setor de tecnologia da informação e comunicação (TIC), pois são os setores mais intensivos em pesquisa e desenvolvimento (P&D) e um dos maiores responsáveis pelos investimentos mundiais em P&D e, por sua vez, meios para propagação da informação. Na economia norte-americana, por exemplo, cerca de 35% dos investimentos privados em P&D são feitos por empresas dos setores de TICs.

Investimentos privados em P&D como proporção do PIB: Europa, EUA e Brasil

	EUA	**Europa**	**Brasil**
Setores não ligados as TICs	1,23%	0,88%	0,4%
Setores de TICs	0,65%	0,31%	0,1%
Total	1,88%	1,19%	0,5%

Fonte: IPEA - Boletim Radar: Tecnologia, Produção e Comércio Exterior (2010)

Conforme Negri e Ribeiro (2010), recentemente, um estudo realizado pela Comissão Europeia mostrou que grande parte da distância existente entre Estados Unidos e Europa em termos de investimentos privados em P&D se deve ao setor de TICs. O setor privado norte-americano investe 1,88% do produto interno bruto (PIB) em P&D, contra 1,19% do setor privado europeu.

No setor de TICs, estes investimentos são de 0,65% do PIB nos EUA e 0,31% na Europa.

Para Negri e Ribeiro (2010), o setor de TICs é um dos mais dinâmicos em termos de inovações tecnológicas em âmbito mundial. Os investimentos em P&D pelos grandes players são extremamente significativos: sete das 20 maiores empresas inversoras em P&D no mundo pertencem ao setor.

O setor de TICs no Brasil, por sua vez, apesar de ser um dos mais inovadores em comparação com o conjunto da indústria brasileira, investiu, em 2005, o equivalente a 0,1% do PIB. Isto é muito pouco em comparação com países mais competitivos neste setor, embora seja maior que Portugal (0,05% do PIB) e Espanha (0,08%), países conhecidos do Brasil no setor de telecomunicações.

> "Além disso, no Brasil, ao contrário do que se observa nos países desenvolvidos, o segmento de serviços de telecomunicações continua sendo um dos que mais investem em P&D no conjunto das TICs. Enquanto isso, a tendência mundial tem sido, há vários anos, de ampliação dos investimentos em P&D dos fornecedores de equipamentos de comunicação, além, é claro, de crescimento da importância de setores de software e serviços de informática. Entretanto, o que explica esta diferença de posicionamento brasileiro pode não ser, necessariamente, a pujança tecnológica do país em serviços de telecomunicações, mas a baixa capacidade inovativa dos demais segmentos de TICs, relativamente aos países desenvolvidos. Se o Brasil pretende ser mais competitivo em telecomunicações e em TICs, de modo geral, é crucial ampliar significativamente os esforços tecnológicos do país nesta área. Neste sentido, é preciso contar, também, com a produção científica e com uma maior interação entre ciência e tecnologia. O que as matrizes de C&T mostram é que a produção científica tem se tornado cada vez mais fundamental para ampliar a inovação e o desenvolvimento tecnológico de um país ou setor de atividade."(IPEA, 2010, p.11)

Apesar disso, no caso brasileiro, ainda é muito pequeno o número de empresas que utilizam os cientistas e a academia brasileira para dar suporte aos seus processos inovativos. Da mesma forma, ainda é muito pequeno o número de pesquisadores das universidades brasileiras envolvidos em parcerias com o setor privado. Neste sentido, se há investimentos em TICs

concentrado e, por consequência, com baixa capacidade de investimento do Estado, interferirá diretamente no processo de informação e formação da sociedade.

A área de comunicação e uma discussão sobre regulamentação do setor

A área de comunicações tem se mostrado particularmente sensível às demandas por novas regras de funcionamento. As empresas de mídia, por lidarem com difusão de ideias, valores e abordagens subjetivas, alegam que a pretensão dos que advogam a criação de novas normas é implantar a censura e o cerceamento à livre circulação de ideias. Os defensores das mudanças afirmam o contrário. Dizem que o setor é monopolizado e que um novo pacto legal teria por base a defesa de um pluralismo de opiniões.

Além disso, uma série de progressos técnicos tornou obsoletas as políticas públicas de comunicação estabelecidas há mais de duas décadas.

As primeiras legislações sobre meios de comunicação na América Latina foram criadas no período do nacional desenvolvimentismo, entre os anos 1930 e 1960, tendo como marca inspiradora a estratégia de substituição de importações. Seus pressupostos básicos eram a definição do espectro radioelétrico como espaço público (que funcionaria em regime de concessão à iniciativa privada) e a não permissão para que estrangeiros fossem proprietários de empresas ou meios.

As políticas de abertura das economias, privatizações e enfraquecimento dos poderes de fiscalização e regulação do poder público resultaram em várias situações de hiatos legais. A constituição de agências reguladoras, de composição tripartite – Estado, empresas e sociedade civil –, em alguns casos, deixou as sociedades a mercê de oscilações e da volatilidade dos mercados. Com a entrada em cena de novas tecnologias, esse emaranhado legal tende a ficar superado.

"Há em curso um processo de internacionalização das empresas de comunicação na América Latina. Ele obedece pelo menos duas dinâmicas, uma tecnológica e outra econômica. A primeira delas, a tecnológica, refere-se ao grande salto realizado pela microeletrônica nos últimos quarenta anos e que poderia ser sintetizado pela convergência de mídias, observada a partir da segunda metade dos anos 1990. Telefonia, televisão, rádio, transmissão de dados, cinema e música passaram a confluir e a se apoiar cada vez mais em plataformas comuns. No âmbito legal, isso fez com que lógicas balizadoras nas décadas anteriores, que tratam separadamente de televisão, rádio, indústria cinematográfica e fonográfica e telefonia ficassem obsoletas. Como conviver com leis que impediam a participação de estrangeiros em grupos de mídia, se as empresas de telefonia, privatizadas e desnacionalizadas, estão não apenas no mercado de *interne*t, mas no de televisão, de radiofonia e de produção de conteúdos? Como submeter tais empresas às jurisdições nacionais? A segunda variável dessa equação tem contornos na dinâmica da economia. A abertura dos países do sul do mundo à globalização, através dos pontos definidos pelo Consenso de Washington (1989), acarretou ampliação da liberdade de circulação de capitais, incremento de investimentos em carteira, compra de empresas, *joint-ventures* e fusões de toda ordem. Ativos negociados nas grandes bolsas internacionais mudam rapidamente de mãos e sociedades são feitas e desfeitas com a rapidez de um impulso eletrônico. Acionistas majoritários tornam-se minoritários da noite para o dia. Na lógica dos negócios, não haveria razões para que empresas de comunicação seguissem senda diversa. Outra novidade da invenção da tecnologia digital e das redes virtuais é a desterritorialização das empresas de comunicação. Até o advento da revolução digital (1980- 90) as empresas de comunicação precisavam estar sediadas no país em que operavam. Não se tratava apenas de uma exigência legal, baseada no ideário do nacional- -desenvolvimentismo. Toda uma teia de negócios, especialmente aqueles ligados à publicidade e ao financiamento dos meios, estava ancorada em fronteiras definidas. Agora, um provedor de *interne*t, um sítio, portal ou uma emissora de TV a cabo pode emitir conteúdo de qualquer parte do globo para qualquer país, sem necessidade de antenas transmissoras ou equipamentos sofisticados. O problema central é que os provedores de internet e as emissoras de TV a cabo não são classificáveis como empresas produtoras de conteúdo informacional pelas antigas legislações. A privatização das teles na América Latina,

> nos anos 1980-90, abriu uma caixa de Pandora. Foram vendidos monopólios de telefonia do Estado. É possível que os governantes que patrocinaram tais ações não vislumbrassem estar às portas de uma reviravolta tecnológica que possibilitaria a convergência de mídias e ultrapassaria as fronteiras. As empresas de telefonia, por exemplo, que nos anos 1990 tinham a seu cargo apenas a comunicação de voz à distância, consolidaram-se, duas décadas depois, como os maiores provedores de internet da região e apresentam um poder de fogo dificilmente igualado por qualquer rede de TV tradicional. Atualmente televisão, rádio, telefonia, cinema, literatura, audição musical, transmissão de dados, instrumentos de navegação e outros podem ser captadas por um mesmo *smartphone*. Mas cada uma daquelas funções obedece a regras específicas." (MARINGONI; GLASS 2012, p.75)

Provedores de internet apresentam tecnologia para produzir e transmitir conteúdos. Como os provedores não estão enquadrados nas antigas normas legais, suas atrações podem ser produzidas em qualquer parte do mundo e enviados, com características locais, a qualquer país. Ao mesmo tempo, como as empresas globais possuem representações também em cada país, uma complicada cadeia de brechas nas antigas regulações foi aproveitada para legalizar as novas firmas.

Neste sentido, é bastante coerente a criação de instrumentos regulatórios para a sociedade da informação, representando o respeito pelos direitos humanos fundamentais. A exclusão digital tem implicações que vão além das considerações econômicas e materiais. É um abismo simbólico na distribuição de informação, participação pública, a inclusão e representação política, serviço social, segurança e medidas preventivas, o gozo de arte e bens culturais, e a participação na vida cultural de uma comunidade, no seu sentido amplo (seja local, nacional, regional ou global).

> "El surgimiento de la sociedad de la información debería ampliar y reforzar este derecho básico. En este sentido, las TIC, en tanto favorecedoras de la información y la comunicación, son simultáneamente derechos y herramientas, "bienes de valor social" de acuerdo con la terminología de la economía del bienestar. La

> infraestructura global de información es um instrumento para los demás derechos económicos, sociales y culturales, y es uno de los ejemplos más tangibles de un "bien público global" que proporciona los fundamentos de la ciudadanía mundial. El objetivo consiste en hacer efectivo el derecho a la información y a la comunicación mediante el bien público global que debe ser la participación en las TIC.” (CEPAL, 2003)

O desenvolvimento econômico pode ser um dos princípios orientadores da sociedade da informação. Por um lado, as camadas de indústrias de infraestrutura e serviços genéricos consistem uma dinâmica e crescimento rápido. A digitalização dos fluxos e mecanismos de informação e comunicação na economia podem ter um forte impacto positivo na produtividade, portanto, podem representar uma transição para a economia digital e uma oportunidade real para aumentar os níveis de produtividade e consolidar novas formas de vantagens competitivas dinâmicas.

Além do potencial econômico, as novas tecnologias também podem ser utilizadas para alcançar os objetivos de desenvolvimento social. O processo de digitalização pode ajudar a elevar os padrões de educação e melhorar os mecanismos de aprendizagem podendo ser útil para expandir tais sistemas, o que beneficiaria a sociedade como um todo. A transição para uma sociedade da informação também pode ser voltado para a melhoria dos serviços de saúde e reduzir a incidência de doenças evitáveis bem como mortes prematuras, portanto, estamos na chamada oportunidade digital.

Breve análise sobre os meios de comunicação no Brasil

A primeira transmissão de rádio no Brasil ocorreu em 1922. Já a legislação inicial regulamentando o setor foi promulgada somente no primeiro governo de Getúlio Vargas (decretos nº 20.047, de 1931, e nº 21.111, de 1932). Naquela época, a radiodifusão era utilizada como um instrumento de propaganda estatal. Desde aquele período, contudo, a lógica do marco regulatório nacional esboçava os mesmos princípios que ainda hoje estão presentes, ou seja, a

atividade estaria voltada primordialmente ao interesse nacional e a objetivos educacionais.

Com o rádio consolidado nas capitais e no interior do País – e a televisão expandindo-se há mais de 12 anos – foi promulgada, em 1962, a Lei nº 4.117, conhecida como Código Brasileiro de Telecomunicações (CBT). O processo de aprovação da legislação, foi marcado por constante pressão dos empresários e políticos ligados à radiodifusão e seus dispositivos continuam válidos até o presente.

Na falta de uma regulamentação atualizada, o que temos é um emaranhado de leis, decretos, portarias e normatizações. Esta confusão jurídica e o caráter ultrapassado de nossa legislação acabaram por concretizar uma situação de vazio regulatório. Com um código de 1962 – cujo principal decreto regulador é do regime militar, de modo que em se tendo leis que não podemos utilizar, na verdade não temos lei nenhuma. Essa espécie de mercado livre, onde tudo é permitido, acaba sendo muito interessante para aquelas empresas com um longo histórico de direitos adquiridos no setor (e, portanto, de posições cristalizadas); porém, mostra-se extremamente nocivo para a sociedade como um todo.

O Sistema Central de Mídia brasileiro é estruturado a partir das redes nacionais de televisão. Mais precisamente, os conglomerados que lideram as cinco maiores redes privadas (Globo, Band, SBT, Record e Rede TV!) controlam, direta e indiretamente, os principais veículos de comunicação no País. Este controle não se dá totalmente de forma explícita ou ilegal. Entretanto, se constituiu e se sustenta contrariando os princípios de qualquer sociedade democrática, que tem no pluralismo das fontes de informação um de seus pilares fundamentais.

Desde a década de 60, a configuração do sistema de redes nacionais foi sendo construída com duas características básicas: forte apoio dos recursos públicos e um modelo de negócios baseado na afiliação de grupos regionais privados a esses conglomerados nacionais. Até hoje, cerca de um terço das prefeituras

municipais e outra parcela substancial de empresas públicas estaduais financiam a interiorização dos sinais das redes comerciais.

Tabela - Ranking das redes de TV no Brasil

Rede	Veículos	Relação com total
Globo	340	22,50%
SBT	195	12,91%
Band	166	10,99%
Record	142	9,40%
EBC	95	6,29%
Rede TV	84	5,56%
MTV	83	5,49%
União	66	4,37%
PlayTV	63	4,17%
RecNew	42	2,78%
Cultura	40	2,65%
Família	27	1,79%
SESC TV	20	1,32%
Aparecida	17	1,13%
CNT	14	0,93%
RBT	14	0,93%
Vida	13	0,86%
Canção Nova	12	0,79%
Gênesis	11	0,73%
Gospel	11	0,73%
Gazeta	11	0,73%
RMTV	10	0,66%
RBN	10	0,66%
Rede Diário	7	0,46%
Mix TV	5	0,33%
RIT TV	4	0,26%
Mercosul	3	0,20%
Nazaré	2	0,13%
Século XXI	2	0,13%
Shop Tour	1	0,07%
NGT	1	0,07%
Total	**1.511**	**100,00%**

Fonte: Site Donos da Mídia ANDI – Elaboração própria

O rádio também transformou-se em uma importante fonte de poder no Brasil a partir da composição de redes nacionais, que na maior parte dos casos reproduzem a influência dos conglomerados de mídia na TV.

Por este motivo, boa parte das redes de rádio do Brasil é originária dos principais grupos que compõem o Sistema Central de Mídia, sendo sediadas

no eixo Rio-São Paulo. Conectadas por satélite, emissoras regionais também conseguem distribuir sua programação, em horários específicos, para diversos estados.

Tabela - Ranking das redes de rádio no Brasil

Rede	Veículos	Relação com total
CBN AM	184	20,22%
Gaúcha	113	12,42%
CBN FM	94	10,33%
Novo Tempo AM	86	9,45%
RCR AM	71	7,80%
JP Sat FM	66	7,25%
Band Sat	61	6,70%
Band News FM	47	5,16%
Aleluia FM	40	4,40%
Globo AM	29	3,19%
Milícia da Imaculada AM	24	2,64%
Rede Antena 1	17	1,87%
Oi FM	16	1,76%
JP Sat AM	14	1,54%
Novo Tempo FM	14	1,54%
Rede Mix Rádio	12	1,32%
Rede Boa Vontade de Rádios	10	1,10%
Band FM	8	0,88%
Milícia da Imaculada FM	2	0,22%
RCR FM	2	0,22%
Total	**910**	**100,00%**

Fonte: Site Donos da Mídia ANDI – Elaboração própria

No que diz respeito aos grupos nacionais de comunicação, é tranquilamente observado a concentração do poder através dos meios de comunicação no Brasil. Neste sentido, pode-se conceituar como grupos nacionais de mídia, o conjunto de empresas, fundações ou órgãos públicos que controlam mais de um veículo, independentemente de seu suporte, em mais de dois estados. Na tabela abaixo se enquadram os conglomerados que atuam no núcleo do Sistema Central de Mídia do Brasil porque a maioria destes grupos controla cabeças-de-rede de televisão.

Tabela - Ranking de grupos de veículos nacionais no Brasil

Grupos	Veículos
Abril - Ligado à MTV	74
Globo - Ligado à Globo	69
Band - Ligado à Band	47
Gov. Brasil - Ligado à EBC	46
IURD - Ligado à Record	27
Associados - Ligado ao SBT	19
Sisac - Ligado à Novo Tempo FM	14
Renascer - Ligado à EBC	11
LBV - Ligado à Aleluia FM	10
Assembleia de Deus - Ligado à Rede TV!	10

Fonte: Site Donos da Mídia ANDI– Elaboração própria – A tabela indica os dez maiores grupos de mídia nacionais ligados às Redes de TV

Por um lado, conforme temos visto, é inegável que a situação brasileira, no que tange a uma regulação democrática e avançada dos meios de comunicação, não pode ser considerada das mais confortáveis (para nos valermos de um eufemismo) – especialmente diante das incontáveis mudanças que assolaram o setor nas últimas décadas. Por outro, pode-se alinhavar um conjunto não desprezível de possibilidades para modernizar-se, com ganhos para toda a sociedade, o aparato legal e burocrático que hoje (des)ordena o campo das comunicações no País.

O nó górdio da questão resume-se a uma incrível seqüência de interrelações pouco aconselháveis entre o público e o privado. Nossos meios de comunicação não raro são de propriedade de políticos com mandatos e

encontram-se cada vez mais concentrados. Assim, acumulam uma capacidade crescente de influência na política, conquistando elevado poder de barganha junto aos poderes constituídos. Naturalmente, acabam por ser pouco ou nada regulados e quase sempre omitem as reflexões sobre Políticas de Comunicação da agenda midiática – e, por conseqüência, da própria esfera social mais ampla. Ao fim e ao cabo, portanto, logram manter um status quo que, por definição, satisfaz apenas aos interesses cristalizados. Desatar esse nó não é tarefa de pequena envergadura – e envolve, sem dúvida, diversos fatores. Vale mencionar alguns deles: uma atuação mais contundente dos poucos veículos que ainda não se enquadraram nessa rede de interesses difíceis de serem contidos; um reconhecimento de que o jornalismo de qualidade não pode se curvar perante disputas de poder que em nada contribuem para a democracia; uma decisiva adoção da agenda da Responsabilidade Social Empresarial pelos grupos de comunicação; um maior e mais plural engajamento da sociedade civil na discussão e uma boa dose de aprendizado com a experiência internacional. Tudo isso a fim de garantir a regulamentação dos princípios que, pasmem, nossa Constituição já oferece desde 1988.

Considerações finais

Como qualquer empresa, os grupos de comunicação possuem uma similaridade evidente; são empresas com interesses próprios e bem definidos, voltados para a manutenção de uma ordem capitalista. Por essa razão, as corporações de mídia tendem, de maneira geral, a dar pouca visibilidade às posições que colocam em xeque a estrutura básica do sistema, como o modo de produção e a divisão do trabalho.

Da mesma forma, acabam dificultando o avanço de demandas que incidam contra seus interesses pessoais (leia-se: de seus proprietários) e, mais do que isso, formam grupos de pressão para fazer valer suas vontades. Tais ações em defesa de seus interesses seriam mais do que legítimas e não deveriam causar espécie, não tivesse este ramo particular do setor privado, entre suas funções inerentes, exatamente a ampliação dos debates acerca dos modelos possíveis de estruturação das sociedades.

A ação desses grupos de pressão é uma característica típica da democracia. Agindo de forma transparente ou velada, com apoio maciço de congressistas ou não, os diferentes interesses organizados tentam fazer com que suas demandas sejam atendidas pelo Estado. Não se deve esquecer, contudo, que a forma de ação desses grupos depende, em muitos cenários, da existência de marcos legais que explicitam claros limites – o que ocorre nos Estados Unidos, por exemplo. Na inexistência de legislação apropriada para esse fim, por outro lado, abre-se um vácuo para a ação pouco transparente e, logo, menos sujeita a controles externos (e legítimos), advinda do poderio econômico e de lobbies naturalmente dotados de maior força no cenário político.

Neste sentido, a sociedade deve começar a ter uma visão mais crítica dos meios. Este deve ser um dos papéis e um Estado democrático. Historicamente, chegamos a um quadro em que o capitalismo não se resolve. Ao contrário, o mercado tende a se atrofiar cada vez mais. Como a sociedade se informa pela tevê, se impede que essas pautas sejam colocadas. Então só há uma forma de conter o capital, que é a ação do Estado. Mas podemos ter certeza: qualquer iniciativa neste sentido vai ter, como contrapartida da mídia, o argumento da

censura e do cerceamento à liberdade de imprensa. Essa é a luta que se trava hoje na nossa sociedade.

Referências bibliográficas

AGÊNCIA DE NOTÍCIA DOS DIREITOS DA INFÂNCIA – ANDI Mídia e políticas públicas de comunicação, 2007 http://donosdamidia.com.br/media/documentos/ANDI_midia_ppc.pdf Acesso em 31/05/2013

CEPAL (Comissão Econômica para América Latina e Caribe) – Los caminos hacia una sociedad de la información en América Latina y el Caribe - 2003

DOMHOFF, G. W. Who rules America? Challenges to corporate and class Dominance, Mc Graw Hill Higher Education, sisth edition Cap. Five, 2003.

IPEA (Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada) – Boletim Radar Número, 10 Tecnologia, Produção e Comércio Exterior, 10/2010

LIMA, Venício Artur de Mídia: teoria e política. São Paulo: Ed. Fundação Perseu Abramo, 2001.

MARIGONI, G. GLASS, V. A regulação da mídia na América Latina – Revista Desafios do Desenvolvimento, Ano 9, Edição 71, IPEA, 2012

OFFE, Claus – "Dominação de classe e sistema político: sobre a seletividade das instituições políticas", in: Problemas estruturais do Estado capitalista. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984

SCHUMPETER, J. Capitalismo, socialismo e democracia. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura S.A, 1961.