DIREITO CONSTITUCIONAL
VOLUME VIII

JOSÉ FRANKLIN DE SOUSA

Pós-graduado pela PUC-SP em Direito Processual Civil e Direito do Consumidor

O autor é advogado em São Paulo e Fortaleza. Graduado e pós-graduado pela PUC-SP. Especialista em Direito Processual Civil e Direito do Consumidor. Publicou as seguintes obras, todas pela Editora J. H. Mizuno: Elementos da Ação Cautelar, Responsabilidade Civil e Intervenção de Terceiros e Coisa Julgada.

DIREITO CONSTITUCIONAL
VOLUME VIII

ÍNDICE
CAPÍTULO XX
DIREITO À COMUNICAÇÃO

1.Introdução.....4
2.Conceito.....24
3.Comunicação social.....31
3.1.Meios de comunicação social no Brasil.....69
3.2.Protestos.....89
4.Direito Humano à Comunicação.....123
5.Limites da Liberdade de Expressão.....249
6.Direito difuso à comunicação.....315
7.Mídia ilegal.....386
8. Concentração da mídia.....424
9.Mídia: equilíbrio.....429
10.Mídia e comunicação.....433
11.Liberdade de manifestação e os meios de comunicação.445
12.ANEXO. SÚMULA DO STF.....517

Bibliografia.....535

CAPÍTULO XX

DIREITO À COMUNICAÇÃO

1.Introdução.

A comunicação pode designar o caráter específico das ralações humanas com participações recíprocas ou de compreensão. A comunicação pode ser entendida como ‘a passagem de sinais através de um canal que vai de um emissor a um receptor’, por isso, ‘em todo evento comunicativo podem ser identificados seis elementos: um emissor (quem emite a mensagem), um receptor (o destinatário), um código (o procedimento de construção da mensagem; por exemplo, uma língua, um casal (o meio de transmissão, por exemplo, a voz, a escrita), um contexto (o conjunto de conhecimentos que o emissor e o recepto têm em comum) e um contato (entre emissor e receptor). [1]

Mas, não se pode esquecer que na comunicação entre os seres humanos, outros fatores também interferem, tais como o tempo, espaço e cultura, significando contextos diversos ‘que podem dar ensejo a diferentes compreensões’. [2]

No entanto, a busca da autoafirmação, o sucesso e outros interesses até mesmo ideológicos, na realidade, muitas vezes instrumentaliza e deforma a linguagem e o conteúdo da mensagem veiculada, servindo como instrumento de domínio e de poder social. [3]

_____

[1] ABBAGNANO, 2012, p. 189.
[2] ABBAGNANO, 2012, p. 189.
[3] ABBAGNANO, 2012, p. 191.

Etimologicamente, pode-se dizer que a ‘comunicação é uma palavra derivada do termo latino *communicare*, que significa partilhar, participar algo, tornar comum.

Por intermédio da comunicação, os seres humanos e os animais partilham diferentes informações entre si, tornando o ato de comunicar uma atividade essencial para a vida em sociedade. Desde o princípio dos tempos, a comunicação foi de importância vital, sendo uma ferramenta de integração, instrução, de troca mútua e desenvolvimento.

O processo de comunicação consiste na transmissão de informação entre um emissor e um receptor que descodifica (interpreta) uma determinada mensagem. A mensagem é codificada num sistema de sinais definidos que podem ser gestos, sons, indícios, uma língua natural (português, inglês, espanhol etc.), ou outros códigos que possuem um significado (por exemplo, as cores do semáforo), e transportada até o destinatário através de um canal de comunicação (o meio por onde circula a mensagem, seja por carta, telefone, comunicado na televisão etc.). [4]

Quando a comunicação se realiza por meio de uma linguagem falada ou escrita, denomina-se comunicação verbal. É uma forma de comunicação exclusiva dos seres humanos e a mais importante nas sociedades humanas. As outras formas de comunicação que recorrem a sistemas de sinais não linguísticos, como gestos, expressões faciais, imagens etc., são denominadas comunicação não verbal.

[4] RÊGO, 1997, *online*.

Alguns ramos da comunicação são: a teoria da informação, comunicação intrapessoal, comunicação interpessoal, *marketing*, publicidade, propaganda, relações públicas, análise do discurso, telecomunicações e Jornalismo. O termo 'comunicação' também é usado no sentido de ligação entre dois pontos, por exemplo, os meios de transporte que fazem a comunicação entre duas cidades ou os meios técnicos de comunicação (telecomunicações). [5]

A comunicação consiste em uma ciência que cuida das interações entre as pessoas e os animais por meio do compartilhamento de informações. A palavra é uma derivação do latim *communicare*, cujo significado é participar de algo, partilhar, tornar comum. É por meio da comunicação que é possível haver a compreensão dos humanos entre si e os demais seres, sendo o ato de comunicar essencial para que exista vida em sociedade. Como o ser humano é um ser social, a comunicação é essencial para a vida humana. De maneira geral, a comunicação existe desde o início dos tempos. Foi ela quem permitiu que se formassem os grupos, que eventualmente se integraram em forma de famílias e criaram sociedades.

A comunicação é uma ferramenta responsável por transmitir conhecimento e desencadear desenvolvimento. De certa forma, a comunicação é um artifício que permite ao homem evitar que os mesmos erros sejam cometidos repetidas vezes, que lhe dá a chance de reconstruir a história, registrar o presente e projetar um futuro melhor a partir das interações feitas no passado e no agora.

[5] RÊGO, 1997, *online*.

A comunicação é capaz de humanizar o homem, de torná-lo ‘mais comunicativo’ e, consequentemente, mais receptivo e compreensivo. Ainda na Antiguidade, o homem das cavernas encontrou meios de deixar mensagens através das hoje conhecidas pinturas rupestres.

Na pré-história, essas figuras retratavam o cotidiano e guardaram informações importantes que ajudaram os contemporâneos a compreender um pouco do que caracterizava aquela sociedade. Ao longo da história, a transmissão de informações já foi vista como forma de sobrevivência, como legado ou liberdade de expressão. [6]

A educação e a comunicação são áreas com conceitos diferentes, mas que se encontram e se complementam quando o objetivo maior trata-se da formação humana de forma ampla, envolvendo o aprendizado mais técnico até os valores para o exercício dos direitos e deveres cidadãos.

Ismar de Oliveira Soares parte de três axiomas que reforçam o diálogo entre comunicação e educação:

1. A Comunicação, enquanto fato social é um dos elementos que constituem o processo educacional. A Educação só se será efetiva enquanto um ato comunicativo.

2. A Comunicação, enquanto conjunto de procedimentos para a conexão entre as pessoas, trata-se de um eixo transversal na prática educacional entre professores e alunos.

_____

[6] RÊGO, 1997, *online*.

3. O diálogo entre a Educação e a Comunicação se torna necessário por mostrar-se mais adequado no atendimento às necessidades de educadores e educandos. [7]

A palavra educação, enquanto ensino e instrução organizada, adquiriu este sentido apenas no final do século XVIII. Anteriormente, estava vinculada ao cuidado de crianças.

Enquanto educação organizada, o termo vincula-se ao ensino formal dentro de organizações escolares, que tem como proposta a educação para a inserção do indivíduo na sociedade, sua socialização.

Libâneo [8] define educação como 'conjunto das ações, processos, influências, estruturas, que intervêm no desenvolvimento humano de indivíduos e grupos na sua relação ativa com o meio natural e social, num determinado contexto de relações de grupos e classes sociais'.

Educação é, antes de tudo, um processo de socialização, de relacionamento entre pessoas e classes sociais que se comunicam.

Comunicação, do latim *comunicationem*, deriva de *communis*, comum, que significa tornar comum a muitos, partilhar. Aqui já presenciamos o diálogo entre as duas áreas: educação como partilha de conhecimentos através do ato comunicativo.

_____
[7] SOARES, 2010.
[8] LIBÂNEO, 1988, p. 22.

O campo de estudo envolvendo comunicação e educação começou a ganhar importância após os estudos de recepção ativa na América Latina, tendo como principais influências o livro Extensão ou Comunicação (Paulo Freire, 1968), que propõe grandes contribuições ao modelo teórico-dialógico de comunicação (Ratier, 2010), e as pesquisas realizadas pelo Centro para Estudos de Cultura Contemporânea (CECC), em Birminghan, Inglaterra, entre os anos 50 e 70, tendo como principais pesquisadores Richard Hoghart e posteriormente Raymond Willians, Stuart Hall, E. P. Thompson e David Morley. Nesses estudos, o receptor é colocado em situação de igualdade frente aos meios de comunicação, não mais como vítima passiva como era tratada nas teorias de recepção passiva (algumas teorias da corrente estruturalista e da Escola de Frankfurt).

Dentro desse modelo de comunicação, a participação do receptor na produção de sentido nas mensagens comunicativas torna-se mais presente, provocando uma mudança de postura e comportamento do próprio receptor e das instituições educacionais, principalmente da escola formal, que começa a reavaliar suas práticas educativas.

O crescimento da participação das Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) no espaço de convívio social reforça essa preocupação, pois os meios de comunicação ocupam também os espaços escolares. A escola, considerada ainda o baluarte da formação educacional, se vê pressionada a mediar esse diálogo.

A utilização de processos comunicacionais na educação remonta a experiências de diversos educadores ao

longo dos séculos, sendo a educação, em sua essência, um processo comunicacional. [9]

A educação online é um fenômeno recente e pouco estudado sob a perspectiva da comunicação. Novas formas de vinculação entre professor-aluno-turma diferentes das praticadas por gerações anteriores surgem quando os processos educativos são transportados para a internet. [10]

Comunicar não é transmitir uma mensagem ou receber uma mensagem: isso é condição física da comunicação. É certo que, para comunicar, é preciso enviar mensagens, mas enviar mensagem não é comunicar. Comunicar é partilhar sentido: seja de forma presencial ou remota. [11]

O movimento existente entre alunos e professores da vontade de se apropriar do conhecimento, por intermédio da aprendizagem virtual, é um ato de comunicação em educação que não se restringe aos suportes e aos processos customizados das mídias educacionais. [12]

O que distingue o modelo educacional tradicional do modelo mediado e aberto na educação virtual é a sua circunstância: a distância física e geográfica entre o aluno adulto e o mediador. A distância dessas interfaces é uma mera definição, pois mesmo na modalidade presencial de educação existe a distância na relação professor-aluno, distância da comunicação, de metas e de objetivos. [13]

_____

[9] DIAS, 2005.
[10] CASTELLI; DRIGO, 2015.
[11] MARTINSKI, 2005.
[12] MARTINSKI, 2005.
[13] MARTINSKI, 2005.

De forma geral, a EAD estaria ‘presa aos conceitos de currículo e outros que marcaram a pedagogia num determinado momento histórico, valorizado por numa visão instrucionista’, com a reprodução do ‘mesmo modelo de educação que vem sendo criticado pelas diversas correntes pedagógicas, apenas se travestindo de inovadores’. Privilegiam-se os ‘aspectos informativos e instrutivos, em detrimento de aspectos construtivos, criativos, reflexivos e cooperativos’. [14]

A educação e a comunicação são processos inseparáveis e a relação entre elas é bastante complexa. Elas são inerentes ao processo de humanização. E como necessidade humana, elas podem ser exploradas tanto para a libertação como para a manipulação.

O ser humano nasce predisposto para a comunicação nos diversos níveis em que ela pode acontecer. Choramos, gesticulamos, cantamos, ouvimos, posicionamos o corpo etc. São incontáveis as formas encontradas pelo ser humano para se fazer entender e estabelecer contatos, dar ou receber alguma informação.

A comunicação mais primitiva entre as pessoas acontece no plano físico: é o contato da criança com a mãe. Esse primeiro contato leva a criança à percepção de que ela não está sozinha no mundo e que necessita da comunicação para se fazer entender. Daí por diante, todos os nossos contatos nos ajudam a superar a solidão do dia-a-dia, a estabelecer relações, a nos tornar mais humanos.

[14] ARAUJO, 2007, p. 516-517.

O desenho, a escrita, a comunicação telegráfica, radiofônica, televisiva e midiática são alguns dos caminhos percorridos pelo homem na tentativa de conseguir maior eficiência no processo da comunicação. A comunicação é um processo ou sucessão de fenômenos ligados à troca de mensagens.

O sucesso ou fracasso na comunicação não pode ser atribuído a um único fator, uma vez que no processo de comunicação intervêm vários elementos (emissor, receptor, codificação, ruídos...).

Um exemplo conhecido que demonstra a complexidade da comunicação é o jogo do 'telefone sem fio', no qual uma pessoa sussurra uma mensagem no ouvido de outra, que sussurra a mensagem à próxima, e assim por diante. Inevitavelmente, quando a última pessoa diz a mensagem em voz alta, ela é bastante diferente da primeira a ser sussurrada. O emissor pode mandar uma mensagem, mas os receptores podem 'ouvir' ou receber uma mensagem diferente.

Dessa forma, não basta assegurar que a comunicação ocorra, é preciso fazer com que o conteúdo seja efetivamente aprendido pelos envolvidos no processo, para que estes estejam em condições de usar o que é informado de forma eficaz.

As formas mais utilizadas de comunicação são: falar, escrever, ouvir, ler e a linguagem dos sinais. Mas uma quantidade substancial de comunicação interpessoal ocorre através de comunicação não verbal, a transmissão de mensagens por meios que não palavras.

Segundo Davis, [16] grande parte da verdadeira comunicação humana se passa num nível abaixo da consciência, nível em que a relevância das palavras é apenas indireta. Somente uns 35% do significado social de qualquer conversa corresponde às palavras pronunciadas. As relações na escola necessitam de linguagem compreensível para que se estabeleça o entendimento comum. A própria definição de comunicação envolve participação, transmissão troca de conhecimento e experiências.

Da eficácia dessa comunicação depende o resultado do desempenho da escola. Em todos os sentidos: desempenho do aluno, crescimento e sustentabilidade da escola. *O ato de comunicação expressado não se restringe, portanto, aos suportes ou aos processos intencionais de uso das mídias pelas escolas ou pela indústria cultural. O ato de comunicação em educação é um movimento entre pessoas que possuem em comum a vontade de ensinar e aprender.*

Há proximidade de fato entre em educação e comunicação. Essa aproximação é mais ampliada ainda pela forma como ambas são requisitadas no atual momento da sociedade.

As categorias distintas representadas pela educação e pela comunicação sofreram uma 'curiosa e grande convergência' entre si e com todas as áreas do conhecimento, com todas as formas de expressão, com toda a visão utópica de progresso e a necessidade de melhor formação do homem na atualidade. [17]

_____

[16] DAVIS, 1979.
[17] SFEZ. 1991, p. 8.

Jenkins [18] explica que é mais do que simplesmente uma mudança tecnológica. A convergência altera a relação entre as tecnologias, as indústrias, os mercados, os gêneros e os tipos de audiências existentes. A convergência refere-se a um processo e não a um ponto final.

Graças à proliferação de canais e a portabilidade das novas tecnologias de computação e das telecomunicações, estamos ingressando em uma era onde os meios estarão por toda parte e utilizaremos todos os tipos de mídias integradas e conectadas entre si. 'Educar para os Meios é, em síntese, problematizar o que não é visto como problema e desideologizar o que só é visto como ideologia, sem perder as dimensões de lazer, de alegria, de entretenimento e de modernidade, fundamentais para o homem predominantemente urbano e solitário de hoje'.

Educar para a comunicação é orientar para análises mais coerentes, complexas, completas, o que, ao mesmo tempo, ajuda a expressar relações mais ricas de sentido entre as pessoas, os grupos e a sociedade como um todo. É uma educação para novas relações simbólicas e para novas expressões do ser social, não só para análises teóricas.

É um projeto que envolve a escola e todas as instâncias sociais que se preocupam em tornar a sociedade mais justa e mais humana. É uma parte significativa de um processo educativo maior, que é o de tornar os cidadãos esclarecidos, de olhos para uma sociedade melhor, que se procura relacionar e interagir de forma mais consciente e com expressões mais coparticipativas.

[18] JENKINS, 2002, p. 34.

‘Educação é comunicação, é diálogo, na medida em que não é transferência de saber, mas encontro de sujeitos interlocutores que buscam a significação do significado’ (Paulo Freire).

A educação é um processo misto, que compreende todas as práticas vistas em casa e na escola. Nisso, existe um elemento fundamental para que o desenvolvimento do aluno seja excelente: a comunicação escolar, que envolve professores, alunos e responsáveis.

Existe uma grande preocupação com o desenvolvimento escolar, desde as crianças até os adolescentes. O bom rendimento do aluno no colégio não é somente devido às suas atividades escolares. Assim como a construção do cidadão não é feita somente pela convivência familiar.

A educação critica com essas novas linguagens possibilitarão aos alunos novas capacidades de codificar e decodificar as mensagens, além de atender o processo de produção desde uma perspectiva social, estética, política e econômica.

E, assim estaria despertando no aluno a autonomia crítica e a motivação, utilizando uma metodologia investigativa para compreender os fenômenos, unindo o trabalho analítico ao prático.

[19] PILLAR, 2001.

A tecnologia está em todos os setores da sociedade influenciando nossas vidas, nossas atitudes e conceitos. E a escola por sua vez, não pode ficar fora desse mundo tecnológico, deve sim adaptar seus métodos de ensino a essas tecnologias avançadas com o objetivo de formar alunos atuantes, críticos e competentes para esse mundo globalizado a que pertencemos.

‘Uma das roupagens da mídia se refere ao seu papel de mediadora de relações sociais em ambientes domésticos e privados. Os meios de comunicação, especialmente a TV, ao entrar logo cedo na casa cheia de filhos, funcionam como verdadeiras babás eletrônicas, fornecendo ao infante ou ao adolescente um turbilhão de informações sobre os quais dificilmente os responsáveis teriam controle’.

O perfil da educação oferecido pela mídia não comporta a educação crítica e transformadora. Não é por acaso a presença do corte, dos programas gravados e da inexistência do contraditório. Não é possível, ao contrário das ações das instituições de ensino, colocar em xeque a mídia educacional que navega na burrice de massa, no pensamento pequeno e na falta de ética em relação aos que não possuem poder.

Nesse caminho, é imperioso lembrar aqueles que estão por trás dos mass media. Eles, apesar do chamado ciberespaço, não falam por si. Atrás dos computadores, da TV, dos rádios, revistas e jornais, temos uma ‘educação’ manipulada por poucos e que não possuem o mínimo de didática, currículo e que não chegam nem perto do que se entende por cuidado com o outro.

Os meios de comunicação são ferramentas que possibilitam a comunicação entre os indivíduos, propiciando a difusão de informações. Esses veículos vêm sofrendo diversas transformações ao longo da evolução da sociedade, encurtando cada vez mais as distâncias entre os povos e acelerando a disseminação de informações.

Comunicação direta ‘é o tipo de comunicação que acontece quando os receptores estão cara a cara. Trata-se da forma de se comunicar mais utilizada atualmente, sendo uma boa forma de entender a mensagem, gerando respostas que atendam às expectativas de quem a recebe. Essa é uma comunicação que favorece as interações entre indivíduos’.

A comunicação indireta acontece quando há uma entidade intermediária entre quem recebe e envia a mensagem. Para que a transmissão dessa mensagem tenha sucesso é preciso ter alguns cuidados, evitando que a informação seja interpretada de maneira incorreta e minimizando os conflitos no ambiente de trabalho.

Na comunicação indireta as pessoas acabam não ficando frente a frente, o que as impede de se verem ou se escutarem. Dessa maneira, para que a comunicação seja estabelecida, elas utilizam um meio para que uma alcance a outra, como e-mails, aplicativos, bate-papos, bilhetes, entre outros.

‘No processo de comunicação, principalmente naquele que acontece de forma indireta, o emissor invariavelmente vai correr o risco de ser mal interpretado pelo seu receptor, já que ambos estarão distantes um do outro, o que pode impedir que a comunicação alcance o objetivo almejado’.

O ‘direito de comunicar’ foi enunciado por Jean D’Arcy, então diretor dos Serviços Visuais e de Rádio no Escritório de Informação Pública da ONU, em Nova York, em artigo na revista EBU Review, do European Broadcasting Union (EBU): ‘Virá o tempo em que a Declaração Universal dos Direitos Humanos terá de abarcar um direito mais amplo que o direito humano à informação, estabelecido pela primeira vez 21 anos atrás no Artigo 19. Trata-se do direito do homem de se comunicar’. [20]

Vários autores têm contribuído para alargar o conceito de comunicação; adoto aqui, para fins de nossa discussão, uma formulação e uma perspectiva que temos chamado de ‘relacional’, e se expressa na seguinte formulação: a comunicação é um processo de globalidade, em que sujeitos interlocutores, inseridos em uma dada situação, e através da linguagem, produzem e estabelecem sentidos, conformando uma relação e posicionando-se dentro dela. Nesta concepção, a comunicação não é reduzida a uma dinâmica de transmissão, mas é entendida como interação. [21]

Desde a adoção da Declaração Universal dos Direitos Humanos, em 1948, as mudanças tecnológicas adicionaram novas dimensões aos direitos de informação proclamados no Artigo 19.

Levaram, por conseguinte, à exigência de um profundo estudo daquilo que agora é denominado Direito de Comunicar.

_____

[20] FISHER, 1982, p. 26.
[21] FRANÇA, 2016, p. 158.

Durante o debate na Conferência Geral, este é um novo conceito. Assinalou-se que a comunicação deveria ser um processo de ‘mão dupla’, envolvendo o direito de informar assim como o direito de estar informado, um diálogo entre pessoas e um livre e equilibrado fluxo de informação entre nações.

O Direito de Comunicar concordou-se sobre isso, deve ser usado nas presentes e futuras necessidades de comunicação do homem e deve ser parte integrante das políticas de comunicação formuladas pelos Estados-membros. [22]

Em 1978, o assunto foi retomado na 20ª Conferência Geral da UNESCO, e novamente seu diretor-geral foi instado a ‘encorajar estudo e discussão em profundidade sobre o conceito do Direito de Comunicar’. [23]

As falhas e obstáculos que dificultam o processo de comunicação, e que foram descritos no último capítulo, são a prova da falta de relações democráticas. É o grande público, por definição, que tem interesse em mais comunicação, com maior qualidade e mais livre.

Garantir que o público faça sua voz ser ouvida e tenha seus desejos satisfeitos implica trazer o espírito da democracia para dentro das comunicações (UNESCO, 1980, p. 166).

_____

[22] FISHER, 1982, p. 34.
[23] FISHER, 1982, p. 35.

A liberdade de opinião e expressão contida na Declaração Universal dos Direitos Humanos não basta. Ela ressalta mais o conteúdo da comunicação do que o processo de comunicação e sugere um fluxo unidirecional do transmissor ao receptor da comunicação.

Formulações ulteriores, tais como 'livre fluxo de informação' e o 'livre e equilibrado fluxo de informação' se enredaram em considerações ideológicas e frustraram-se os esforços para defini-las.

O conceito do direito de comunicar oferece a possibilidade de pôr fim ao impasse. Ele exprime um princípio filosófico mais fundamental e tem aplicação mais ampla do que as formulações anteriores dos direitos de comunicação. É universal. Enfatiza o processo de comunicar mais do que o conteúdo da mensagem. Implica participação. Sugere uma transferência interativa de informação. E, subjacente ao conceito, há uma sugestão ética e humanitária sobre a responsabilidade de assegurar uma distribuição global mais justa dos recursos necessários para que a comunicação se torne possível. [24]

Estudos realizados pela UNESCO retificaram esse diagnóstico e, estimulados pelo contexto de Guerra Fria, ajudaram a incutir certo senso de urgência. 'Em todas as sociedades de todos os tempos, informação é poder'. 'Quanto mais pessoas tiverem informação e quanto mais informação as pessoas tiverem, melhor será a sociedade e mais forte sua base democrática'. [25]

_____

[24] FISHER, 1982, p. 15-16.
[25] FISHER, 1982, p. 19.

Costumamos pensar que os meios de comunicação são essenciais à democracia, mas, atualmente, eles geram problemas ao próprio sistema democrático, pois não funcionam de maneira satisfatória para os cidadãos.

Isso porque, por um lado, se põem a serviço dos interesses dos grupos que os controlam e, por outro, as transformações estruturais do jornalismo, tais como a chegada da internet e a aceleração geral da informação, fazem com que os meios sejam cada vez menos fiáveis ou menos úteis à cidadania. [26]

O quarto poder não está cumprindo sua missão de contra poder e, além disso, é o único que, no seio da democracia, não admite nenhum tipo de crítica, não admite nenhum tipo de contra poder.

Os poderes estabelecidos numa democracia, como por exemplo, o partido ou a coligação dominante numa sociedade, têm de suportar uma oposição, que é um contra poder. Mas quem critica o poder midiático? Em nossas sociedades, ele é o único sem um contra poder. Portanto, não é democrático. [27]

Habermas concebia a esfera pública como uma rede de cidadãos aptos a debater, julgar e emitir opinião sobre diversos assuntos, de modo a exercer influência política na comunidade. Essa rede, que no início era presencial, formada em salões e cafés literários, estabelece-se a partir do século XVIII com a ‘mediação da imprensa’. [28]

_____

[26] RAMONET, 2013, p. 53.
[27] RAMONET, 2013, p. 65-66.
[28] HABERMAS, 2014, p. 175.

Seus membros, no entanto, eram necessariamente aqueles que liam, que tinham acesso à informação. Da mesma forma que mulheres e escravos não acessavam a ágora ateniense, a esfera pública de Habermas tem o tamanho da sociedade burguesa ilustrada: 'Essa esfera pública continua literária mesmo quando assume funções políticas. A formação é um dos critérios de admissão; a propriedade, o outro'. [29]

A deliberação pode ser entendida como uma atividade interativa, envolvendo duas ou mais pessoas que examinam e consideram os argumentos umas das outras sobre determinada matéria. Ocorre diante de uma questão polêmica ou de um problema, numa situação de conflito. [30]

Na política deliberativa busca-se articular a legitimidade do exercício do poder político com o processo de justificação pública. Espera-se que os representantes justifiquem suas tomadas de decisão e as normas que buscam implementar, cabendo aos cidadãos promover o raciocínio e o julgamento públicos através de uma comunicação tão livre e desimpedida quanto possível. [31]

A primeira etapa de uma possível regulação passa pela definição de escopo e dos objetivos pretendidos. Em seguida, serão abordadas as obrigações aos agentes econômicos, como as iniciativas voltadas para a promoção do conteúdo nacional e para um modelo de tributação mais adequado a este mercado. [32]

_____

[29] HABERMAS, 2014, p. 232.
[30] MAIA, 2008, p. 27.
[31] MAIA, 2008, p. 28.
[32] ANCINE, 2016, p. 2.

Podemos apontar a violência física e as medidas de intimidação, a legislação repressiva, a censura, a constituição de listas negras de jornalistas. Outros obstáculos se manifestam na forma de pressões econômicas e sociais: monopólios de fato (públicos, privados e transnacionais); infraestruturas inadequadas; e definição restrita do conceito de notícia, dos critérios de publicações e da escolha dos temas a debater, além da insuficiência de formação e de experiência dos profissionais. Tudo isso limita o direito dos cidadãos à informação. [33]

Constata-se hoje que as propostas da UNESCO de democratizar a comunicação ficaram no plano teórico, não interferindo efetivamente nas ações do Estado e no sistema produtivo dos meios de comunicação em massa. [34]

[33] KUNSCH, 2009, p. 61.
[34] KUNSCH, 2009, p. 61.

2.Conceito.

Comunicação é uma palavra derivada do termo latino *communicare*, que significa partilhar, participar algo, tornar comum. Por meio da comunicação, os seres humanos e os animais partilham diferentes informações entre si, tornando o ato de comunicar uma atividade essencial para a vida em sociedade.

Outros afirmam que 'comunicação' provém do termo latino *communis*, que significa comum, por esse motivo, ao comunicar-se se estabelece algo comum com alguém.

A comunicação é um processo que consiste no movimento de informações, transmitidas em códigos, entre um emissor e um receptor, que interpreta a mensagem contida nos códigos.

Esses códigos podem ser idiomas, gestos, sons, cores etc. E a comunicação pode ocorrer em diversas instâncias, verbal, escrita, gestual, virtual, entre outros. Como ciência e campo de estudo, a comunicação evoluiu e ramificou-se em várias áreas ao longo dos séculos.

Entre elas, estão: a teoria da informação, as comunicações interpessoal e intrapessoal, a publicidade, a propaganda, o *marketing*, as relações públicas, a análise do discurso, o jornalismo e as telecomunicações em geral. Além disso, o termo é utilizado para designar a ligação entre dois pontos, em situações cotidianas. [35]

[35] RÊGO, 1997, *online*.

No conceito biológico, ‘a comunicação é relacionada com a atividade sensorial e nervosa do ser humano. É através da linguagem que é exprimido o que se passa em seu sistema nervoso.

Algumas espécies têm a necessidade de intercambiar informações apenas para multiplicar-se, enquanto a espécie humana procura comunicar-se intensamente com outros porque necessita participar ativamente da sua própria evolução biológica.

A comunicação segue a seguinte ordem: primeiro a coleta de informações pela atividade nervosa, a armazenagem, a disposição da informação, a circulação das mesmas para os centros da ação e o preparo de ordens que resultam no envio de mensagens.

Um conceito parcial, pois a comunicação não se resume a impulsos nervosos. Existe, por exemplo, o lado emocional que contribui para a formulação das ideias.

A inteligência emocional é parte biológica do ser humano, uma vez que sentimentos como ira e alegria alteram batimentos cardíacos, influenciando pensamentos e reformulando informações. [36]

No aspecto pedagógico, a comunicação é uma atividade educativa que envolve troca de experiências entre pessoas de gerações diferentes, evitando-se assim que grupos sociais retornem ao primitivismo.

[36] RÊGO, 1997, *online*.

Entre os que se comunicam, há uma transmissão de ensinamentos, onde modifica-se a disposição mental das partes envolvidas. Pedagogicamente, é essencial que a educação faça parte de uma comunidade, para que os jovens adaptem-se à vida social, sem que cometam erros do passado. [37]

Tendo por base a cooperação, a comunicação no âmbito histórico funciona como instrumento de equilíbrio entre a humanidade, neutralizando forças contraditórias. Desse ponto de vista, o conceito propicia o resgate diacrônico imprescindível ao avanço do homem em direção ao futuro.

Não fossem os meios de comunicação, ampliando as possibilidades de coexistência mais pacífica entre os homens, estes já estariam extintos em meio às disputas por poder. E não menos importante que os conceitos anteriores, a comunicação atua na forma de sobrevivência social e no fundamento da existência humana. [38]

O papel da comunicação é de transmissão de significados entre pessoas para a sua integração na organização social. Os homens têm necessidade de estar em constante relação com o mundo, e para isso usam a comunicação como mediadora na interação social, pois é compreensível enquanto código para todos que dela participam.

[37] RÊGO, 1997, *online*.
[38] RÊGO, 1997, *online*.

Além desse aspecto, os sociólogos entendem a comunicação como fundamental nos dias de hoje para o bom entendimento da sociedade e na construção social do mundo. Quanto mais complicada se torna a convivência humana, mais se faz necessário o uso adequado e pleno das possibilidades de comunicação. [39]

A tendência predominante em alguns estudos da Antropologia é a de analisar a comunicação como veículo de transmissão de cultura ou como formador da bagagem cultural de cada indivíduo.

Esse é um assunto de grande importância, haja vista o surgimento da cultura de massa neste século XX, transformando as formas de convivência do homem moderno.

Tanto que, dentre as principais teorias da comunicação de massa. Os antropólogos e comunicólogos não devem esquecer que sem o desenvolvimento da comunicação, não se poderia estudar o homem em suas origens. [40]

A comunicação pode passar a ser um campo animado de investigação e teoria. É uma das mais ativas encruzilhadas no estudo profundo do comportamento humano o qual é perfeitamente compreensível, já que a comunicação é um processo social considerado fundamental. Sem a comunicação, não existiriam os grupos humanos nem as sociedades.

_____
[39] RÊGO, 1997, *online*.
[40] RÊGO, 1997, *online*.

Dificilmente se pode teorizar ou projetar uma investigação em qualquer campo do comportamento humano, sem fazer algumas suposições a respeito da comunicação humana. Comunicação e integração representam a essência do desenvolvimento não só para o ser humano senão também para uma estrutura organizacional.

A comunicação é um conjunto de técnicas e atividades que procuram a fluidez de mensagens entre os membros de uma organização, assim como entre esta e seu maio, afetando opiniões, atitudes e condutas, tanto para os receptores internos como externos à mesma, para poder alcançar com a maior eficácia seus objetivos, baseando-se na investigação para conseguir as oportunidades nas diferentes áreas em função do conhecimento das problemáticas e de distintas necessidades.

A comunicação, num nível gerencial determina a eficiência, tanto para a solução de problemas, como para o fortalecimento das relações entre aqueles que a conformam, estruturando dessa forma o planejamento e o controle.

A grande maioria das teorias da comunicação, além de assumir de alguma maneira o sentido do conceito como persuasão, não se refere explicitamente ao estudo do processo de comunicação como um fenômeno geral que se desenvolve em todo tipo de relação entre os homens, senão que concentram sua atenção principalmente na chamada comunicação social, e especialmente no uso eficaz dos meios de difusão coletiva, mais conhecidos como meios de comunicação massiva.

Comunicação Social é o estudo das causas, funcionamento e consequências da relação entre a sociedade

e os meios de comunicação de massa – rádio, revista, jornal, televisão, teatro, cinema, propaganda, internet. Engloba os processos de informar, persuadir e entreter as pessoas. Encontra-se presente em praticamente todos os aspectos do mundo contemporâneo, evoluindo aceleradamente, registra e divulga a história e influencia a rotina diária, as relações pessoais e de trabalho.

A comunicação social tem como objetivo estudar os fenômenos que ocorrem graças à relação entre a sociedade e os meios de comunicação de massa. A comunicação social abarca processos de informação, persuasão e entretenimento de indivíduos e grupos.

Os meios de comunicação social são objetos de estudo da comunicação social e consistem em sistemas mecânicos de emissão e transmissão de mensagens para um público vasto, disperso e heterogêneo.

A designação abrange essencialmente os órgãos de informação de massas (*massa media*, na terminologia inglesa) das áreas da imprensa periódica, rádio, televisão, teatro, propaganda e cinema.

A internet é uma ferramenta que veio revolucionar a área da comunicação social, permitindo que vários tipos de conteúdos sejam criados e compartilhados com uma velocidade incrível.

A comunicação como parte do comportamento humano é de grande relevância, é a essência do Homem, o templo onde habita a linguagem e sociabilidade. Comunicar é pôr em comum, é aproximar distâncias.

Por esse motivo, a comunicação social assume uma elevada importância, já que estuda a comunicação humana e a interação entre pessoas dentro da sociedade.

A comunicação social engloba várias áreas: relações públicas, jornalismo, publicidade e propaganda, audiovisuais e multimídia, entre outras.

O profissional da comunicação social poderá trabalhar em agências de publicidade, na promoção de eventos, em assessoria de empresa, em editoras, institutos de pesquisa, gráficas, departamentos de comunicação e *marketing* de empresas, em veículos de comunicação, em produtoras de vídeo e som e, na assessoria publicitária e de comunicação de órgãos governamentais. [41]

[41] GRAVETTI, 2004, *online*.

3.Comunicação social.

A comunicação social consiste em sistemas de transmissão de mensagens para um público vasto, disperso e heterogêneo. Essa designação abrange essencialmente os chamados órgãos de informação de massas das áreas da imprensa periódica, rádio, televisão e cinema.

A comunicação social, por sua vez, estuda os meandros e os diálogos entre a sociedade e os meios de comunicação de massa (rádio, TV, jornais, revistas, internet, teatro cinema, propaganda etc.).

Ao mesmo tempo, o sistema é responsável por fazer com que as mensagens cheguem a públicos vastos e heterogêneos por esses mesmos meios. Dessa maneira, a comunicação social envolve as funções de informar, convencer e entreter as pessoas, considerando uma configuração social.

Do ponto de vista da organização educacional, a comunicação social é uma ciência social aplicada, formada por um conjunto de sinais cujo objetivo é formar e conservar um grupo social.

A comunicação social estuda a eficiência dos meios de comunicação de massa em influenciar grupos e compartilhar conteúdos que mantém tais grupos como parte de uma sociedade com interesses comuns. Além disso, a comunicação social estuda as interações entre a sociedade e as entidades governamentais. [42]

[42] RÊGO, 1997, *online*.

À luz do nosso ordenamento jurídico, em especial da Constituição Federal, ‘os Meios de Comunicação Social (rádio e TV) são concessões públicas e devem cumprir sua função social de informar e educar, além de promover a cultura, a ética e uma sociedade mais justa.

O principal problema da comunicação Social no Brasil, que é histórico, e que impede que esses meios cumpram de forma eficiente seu papel, é a concentração dos meios de comunicação nas mãos de uma minoria (oligopólio dos meios e monopólio do discurso).

No sentido contrário surgem os Meios de Comunicação Comunitários, resultantes da luta social pela democratização da comunicação e comprometidos com a melhoria das condições de vida e do desenvolvimento da cidadania na comunidade em que estão inseridos’. [43]

O principal problema da comunicação Social no Brasil, que é histórico, e que impede que os Meios de Comunicação cumpram de forma eficiente seu papel social, é a concentração destes meios nas mãos de uma minoria.

Essa concentração forma um oligopólio e um monopólio da comunicação, dificultando e impedindo o acesso da população aos veículos de comunicação social, restringindo a liberdade do setor da comunicação e estancando o pluralismo necessário para o desenvolvimento da democracia.

[43] COCCO, 2011, *online*.

Mesmo sendo um espaço público, os Meios de Comunicação Social (MCS) passam a servir interesses particulares e políticos de determinados grupos e segmentos sociais, promovendo a exclusão e limitando-se a trabalhar de acordo com a lógica do capital e do lucro conforme o ritmo do mercado.

A fim de fazer frente a esse oligopólio e monopólio da comunicação surgem como uma comunicação alternativa e popular as rádios comunitárias. Esses veículos procuram inverter a lógica do lucro acima de tudo, fazendo da emissora/veículo um espaço democrático, realizando uma comunicação autônoma, feita pela comunidade, que se torna partícipe do processo, não somente como público receptor, mas como gestora.

A comunicação comunitária tende a ser o verdadeiro espaço de comunicação pública e social. Diante desse problema, que é a concentração dos meios de comunicação no Brasil, e também da importância das rádios comunitárias para a democratização do espaço público, o presente artigo pretende, ainda que de forma propedêutica, identificar e analisar o histórico monopólio da comunicação no Brasil; discutir a relação entre Mídia, Ética e Política; analisar a importância e o papel da comunicação comunitária e de maneira especial das rádios comunitárias frente à necessidade da democratização da comunicação no Brasil; além de apontar alguns aspectos da legislação que regulamenta a atuação da comunicação comunitária, seus avanços e limites. [44]

[44] COCCO, 2011, *online*.

A comunicação é indispensável em qualquer sociedade, e o direito corresponde é de todos, representando um dos aspectos importantes dos Direitos Humanos.

No Brasil, a mídia e seus veículos e, mais especificamente o rádio e a televisão, dominam a informação veiculada utilizando os meios de comunicação social, devendo, em sua essência e constituição, ser mecanismos de difusão de ideias que contribuam para a construção de um projeto de sociedade justa, até porque os meios de comunicação interpessoais e sociais sempre foram tomados como essenciais no processo de difusão de inovações, visando à mudança de hábitos e apreensão de novas ideias e tecnologias. [45]

Os meios de comunicação social precisam atuar como difusores da diversidade, promovendo a cidadania e servindo como instrumento para a liberdade de expressão e troca de informações e conhecimento.

A comunicação (social), por meio de seus variados processos, que incluem canais de expressão, e o intercambio de informações e saberes, bem como os mecanismos de relacionamento entre pessoas, públicos e instituições, desempenha papel central na construção da Cidadania. [46]

A despeito da sua finalidade apregoada constitucionalmente, inclusive, no Brasil percebe-se que historicamente formou-se um oligopólio dos meios de comunicação, pelo fato de algumas redes deterem a maior parte dos veículos de comunicação de massa.

_____

[45] PERUZZO, 2003, p. 48.
[46] PERUZZO, 2003, p. 46.

Concomitantemente há um monopólio do discurso, que, por sua vez, manifesta-se no fato de essas redes manterem um discurso homogêneo (único) que se sobrepõe e se impõe aos outros, sem pluralidade e direcionado pela lógica mercadológica. Há um oligopólio dos meios e um monopólio do discurso. [47]

A Unesco (Organização das Nações Unidas para a Educação e Cultura) publicou um relatório em 1980 intitulado Um Mundo e Muitas Vozes que se tornou um marco ao conceituar a noção de direito à comunicação. Hoje em dia se considera que a comunicação é um aspecto dos direitos humanos. Mas esse direito é cada vez mais concebido como o direito de comunicar, passando-se por cima do direito de receber comunicação ou de ser informado.

Acredita-se que a comunicação seja um processo bidirecional, cujos participantes, individuais ou coletivos, mantêm um diálogo democrático e equilibrado. Essa ideia de diálogo, contraposta à de monólogo, é a própria base de muitas das ideias atuais que levam ao reconhecimento de novos direitos humanos.

A maioria da população tem contato diário com veículos de comunicação, principalmente em relação ao rádio e a televisão. Estes evoluíram em termos tecnológicos e (re)produzem a informação em massa. Contudo, ao longo da caminhada das comunicações, formou-se um monopólio em torno deles, restringido o papel democrático desses meios. [48]

[47] COCCO, 2011, *online*.
[48] COCCO, 2011, *online*.

Esse esquema de monopólio começa a ser fortalecido pelos militares que tomaram o poder em 1964, quando aprofundam a presença do estado na implantação de um sistema de comunicações. Os militares criam a empresa brasileira de telecomunicações, (EMBRATEL), em 1965, o ministério das comunicações (MINICON), em 1960, e a telecomunicações brasileiras S.A (TELEBRAS)), em 1972. Investem na discagem direta a distância (DDD) e no sistema de micro-ondas. Toda essa infraestrutura montada pelos generais-presidentes é repassada aos empresários de comunicação. [49]

Nesse aspecto, constata-se que a mídia se consolidou no Brasil 'como um poder muito ligado à política e à economia, tornando-se meio de controle social e cultural e, sobretudo, um instrumento de poder'.

Em relação ao receptor, o aparelho de rádio e a televisão são eletrodomésticos como o liquidificador e a geladeira.

Do ponto de vista do produtor são centros de poder econômico (tanto porque são uma mercadoria que transmite e vende outras mercadorias) e centro de poder politico ou de controle social ou cultural. [50]

A regulamentação desses meios também tende a facilitar, e muito, a histórica concentração de veículos da comunicação social nas mãos de poucas pessoas.

_____

[49] GUARESCHI, 2005, p. 37.
[50] CHAUÍ, 2006, p. 44.

As restrições implantadas a partir do artigo 12, do decreto lei 236 de 1967 não conseguiram bloquear a formação de grandes monopólios na difusão de sons e imagens. Os serviços da radiodifusão são regulamentados através do código nacional de telecomunicações editado sob a Lei nº 4.117, de 1962. [51]

Esse código sofreu alterações a partir do regime militar (1964-1985), quando o decreto-lei 236 de 1967, modifica o código anterior. A legislação estabelece que nenhuma entidade ou pessoa pode ter participação em mais de 10 emissoras de televisão em todo o pais, das quais 5 em VHF e, duas por estado, seja VHF ou UHF e, uma por município. [52]

Pois, se não é permitida a uma pessoa ou entidade possuir mais de 10 emissoras no país, é, no entanto possível recorrer ao registro de canais em nome de empresas ou 'laranjas' que, indiretamente ou camufladamente, representam os interesses dos indivíduos ou famílias que os sobrepõem, burlando essa legislação.

A atual estrutura vertical criada pelo modelo perverso de a filiação, no qual centenas de emissoras locais se submetem às ordens das grandes redes de TV, reduz drasticamente a possibilidade de se fomentar produções regionais que valorizem a cultura por meio de produções das próprias emissoras locais ou de conteúdos independentes. (COCCO, 2011, *online*).

_____

[51] COCCO, 2011, *online*.
[52] GUARESCHI, 2005, p. 36.

A Constituição Federal, em seu artigo 220, § 5º, estabelece que ‘Os Meios de comunicação social não podem, direta ou indiretamente, ser objeto de monopólio ou oligopólio’.

> **CONSTITUIÇÃO FEDERAL.**
> Art. 220. § 5º Os meios de comunicação social não podem, direta ou indiretamente, ser objeto de monopólio ou oligopólio.

Segundo Bucci, [53] ‘comparada à legislação de outros países, a brasileira é de um laiconismo que reflete com perfeição a falta de consciência da relevância do meio midiático no mundo contemporâneo e consequentemente a responsabilidade social subjacente ao exercício dessa atividade’.

Os meios de comunicação tradicionais (jornal, rádio e televisão) sempre foram propriedade privada de indivíduos e grupos, não podendo deixar de exprimir seus interesses privados ou particulares, ainda que isto sempre tenha imposto problemas e limitações a liberdade de expressão, que fundamenta a ideia de opinião pública. [54]

E como não deve ser novidade para ninguém, temos cinco grandes canais que dominam a comunicação no Brasil, formando uma comunicação com discurso hegemônico (único): A Rede Globo, a Rede Bandeirantes, Rede TV, SBT e Rede Record.

[53] BUCCI, 2000:167.
[54] CHAUÍ, 2006, p. 13.

O problema, no entanto não se fundamenta simplesmente no fato de serem grandes canais com bastante audiência, mas também nas formas cruzadas.

No Brasil, se configura visivelmente essa dominação oligárquica através dos meios de comunicação de massa. O personagem principal desse Oligopólio, a Rede Globo, atinge quase que totalmente o território brasileiro. A grande maioria dos telespectadores no Brasil não tem outra opção a não ser a telinha, o som ou o impresso do 'Plim, Plim'. [55]

No governo de Juscelino Kubitschek (1958) foi outorgada a concessão à TV Globo, inaugurada em 1956, no Rio de Janeiro, junto com as outras concessões de televisão das organizações Globo, viria a constituir uma rede nacional de emissoras próprias e afiliadas que, sob o comando de Roberto Marinho ao longo dos anos da ditadura militar, se transformaria em uma das maiores, mais lucrativas e mais poderosas redes de televisão do planeta. [56]

A rede Globo encabeça o Oligopólio das comunicações no Brasil. Comandada pela família Marinho possui diversos meios (TVs, Rádios, Jornais, Revistas) e a exemplo das outras grandes emissoras oligárquicas possui um discurso hegemônico e homogêneo, que não exprime a responsabilidade exigida pela lei e pelo desejo público.

E em todas as suas inúmeras publicações o direcionamento de suas ideias e seu posicionamento, bem como a sua proposta é praticamente a mesma.

_____

[55] COCCO, 2011, *online*.
[56] BRITTOS, 2005, p. 103.

E a sua função social é visivelmente maquiada por pífias inserções que não representam, por inteiro, o que é veiculado no restante da programação. [57]

A Comunicação Social deve ser um instrumento de exercício da democracia, e de fomento para o seu desenvolvimento e aprimoramento. 'Ela representa na contemporaneidade uma instância de discussão análoga à praça onde os antigos gregos debatiam seus problemas e decidiam sobre o projeto de sociedade que queriam. A mídia deve ser a porta voz de todos os grupos organizados da sociedade'. [58] Os Meios de Comunicação Social (rádio e TV) são concessões públicas e deveriam observar seus deveres para com o bem comum e cumprir sua função social de informar e educar além de promover a cultura, a ética e uma sociedade justa.

> **CONSTITUIÇÃO FEDERAL.**
> 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.

[57] COCCO, 2011, *online*.
[58] GUARESCHI, 2005, p. 80.

Mas, infelizmente, estes valores parecem estar sendo escamoteados pelos Meios de Comunicação de Massa Oligárquicos. Eles (os MCS) não contribuem, dessa maneira, para a promoção de uma sociedade justa e para o desenvolvimento de uma cidadania plena, e sim servem de ferramenta para fundamentar a legitimidade do poder de alguns, escamoteando a verdade que seria capaz de propor uma visão mais ampla, plural e equidistante da realidade. [59]

Nesse sentido, Guareschi [60] afirma que 'a constatação a que se chega é que a voz da maioria dos cidadãos é silenciada, pois não tem a oportunidade de poder interferir democraticamente no projeto de construção de sua cidade'.

No entanto, em muitas oportunidades, os meios de comunicação de massas chegam a vulgarizar e marginalizar a luta dos trabalhadores e das comunidades, mesmo porque, 'as matérias que vêm a público por intermédio dos meios de comunicação de massa não são propostos pelos cidadãos, mas pelos controladores desses órgãos'. [61]

Na realidade, 'o rádio e a televisão podem oferecer-nos o mundo inteiro em um instante, mas o fazem de tal maneira que o mundo real desaparece, restando apenas retalhos fragmentados de uma realidade desprovida de raiz no espaço e no tempo', [62] escondendo os interesses sinistros subjacentes às entrelinhas da programação.

[59] COCCO, 2011, *online*.
[60] GUARESCHI, 2005, p. 80.
[61] BUCCI, 2000, p. 92.
[62] CHAUÍ, 2006:49-50.

A democratização do uso de sistemas de comunicação está diretamente relacionada à democratização da sociedade como um todo. Mas não é certo afirmar que a primeira só será conquistada a partir da consolidação da segunda.

A horizontalidade das comunicações tem muito a contribuir para a construção da consciência democrática e para o exercício da cidadania. [63]

Como dizia Herbert de Souza, o Betinho, 'o termômetro que mede a democracia é o mesmo que mede a participação dos cidadãos na comunicação'.

Quando o poder, o capital e os interesses individuais estão acima dos interesses públicos e do bem comum, os Meios de Comunicação de Massa afastam-se também da ética.

Uma comunicação que tenha ética é acima de tudo democrática. É uma comunicação símbolo de pluralidade e de inclusão, que cumpre seu dever social e coloca os interesses públicos acima dos individuais.

Não está sujeita a monopólios ou oligopólios e não tem propriedades cruzadas. Tudo isso, no entanto, se referido ao atual modelo de Comunicação Social vigente no Brasil, parece utopia (Mas para que serve a utopia senão para nos apontar um caminho?). Esse modelo não estimula a democracia e nem propicia uma soberania popular. [64]

---

[63] BORDENAVE, 2001, p. 100.
[64] COCCO, 2011, *online*.

É muito difícil se falar em ética na comunicação quando no Brasil, porque a classe empresarial se apropria do espaço público da rádio e da televisão.

A mídia eletrônica sob o controle de um oligopólio familiar vive de concessões do governo e, inevitavelmente, se compromete com o poder concedente. Essa concentração da mídia pode até ser legal, em vista da legislação, mas suscita dúvidas quanto a sua eticidade. [65]

Mas a forma como se faz concessão dos meios de comunicação (radio e TV) no Brasil, não deixa dúvida que fere de morte todo o nosso ordenamento jurídico. Basta ver aqueles parlamentares beneficiados, seu parentes, contrariando todos os princípios que regem a matéria.

Dessa forma, falar em uma mídia ética é falar em uma mídia democrática, é falar em comunicação que é de direito do cidadão. Uma mídia ética proporciona a pluralidade de opiniões, proporciona a participação que é também condição indispensável para a construção de uma sociedade livre, autônoma e mais justa.

Na ausência de princípios éticos na atuação da mídia, ela passa a não ser um veículo que estimula a democracia, mas passa, inclusive, a ser espaço de fundamentalismos ideológicos e totalitários, mesmo que velados e bem embalados.

[65] GUARESCHI, 2002, p. 108.

Não podemos nesse contexto esquecer que a mídia também possui uma estreita relação com a política. Assim sendo, ela também tem importante papel na política brasileira.

Esse papel, no entanto, no que tange à Mídia Oligárquica Comercial obedece exclusivamente à mesma lógica, a lógica do mercado e do capital, ligada estreitamente à ideologia dominante.

A mídia oligárquica também é um instrumento da política, do aspecto sombrio da política. No entanto como ela é propriedade de poucos e não possui caráter popular, o que inviabiliza o exercício da democracia plena, não consegue ser um espaço amplo e coerente do processo político como um todo, pois muitos políticos são donos de veículos de comunicação e os usam para atender interesses partidários. [66]

O modelo implementado no Brasil serve para perpetuar o poder do antigo coronelismo, com outras vestes, beneficiando determinados grupos políticos: 'milhares de coronéis eletrônicos, ou seja, empresários que sempre confundiram a comunicação, que representa a pluralidade de opiniões com seus interesses estreitos de política partidária. Cerca de 25% das emissoras de rádio e televisão pertencem a esses políticos que exercem ou exerceram mandato, geralmente representando os partidos mais democráticos. [67]

_____
[66] COCCO, 2011, *online*.
[67] BRITTOS, 2005, p. 50.

Os espaços de mídia passam às mãos de políticos, que mesmo tendo legitimidade legal não possuem legitimidade ética e moral para a função, massacrando assim a democracia, pois utilizam os meios de comunicação como meio de controle da população.

Existe um grande bloco suprapartidário de proprietários de emissoras de rádio e televisão no congresso nacional. Eles defendem os seus interesses e a classe política depende muito dos meios de comunicação para eleger seus integrantes. [68]

Infelizmente, a grande mídia estritamente comercial e oligárquica, principalmente a mais influente, não contribui para a democracia, mas a limita.

Não dá voz e vez ao cidadão para expressar-se. Priva-se de princípios éticos, e, ao passo que é objeto de monopólio e oligopólio, serve a interesses políticos, não da verdadeira política, mas da política construída nas iludibriações dos fantoches que aparecem nos meios de comunicação de massa. [69]

O artigo 220 da Constituição Federal de 1988 dispõe que a manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo não sofrerão qualquer restrição, observado apenas o que nela está disposto.

_____

[68] GUARESCHI, 2005, p. 50-51.
[69] COCCO, 2011, *online*.

CONSTITUIÇÃO FEDERAL.

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.

Tal dispositivo visa garantir a liberdade de comunicação que é, nas palavras de José Afonso da Silva, o conjunto de direitos, formas, processos e veículos que possibilitam a coordenação desembaraçada da criação, expressão e difusão do pensamento e da informação.

O artigo 220 tem por princípio geral a ampla liberdade de expressão, já consagrado pelo art. 5º, IV da Carta Constitucional, só que aplicado especificamente à comunicação social.

Outros princípios também podem ser extraídos desta norma constitucional, entre eles o da liberdade de informação, que abrange tanto o direito de informar quanto o de ser informado.

> **CONSTITUIÇÃO FEDERAL.**
> Art. 5°. IV - é livre a manifestação do pensamento, sendo vedado o anonimato;

Os parágrafos 1º e 2º do art. 220, vêm reforçar estes princípios, estabelecendo que 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, XIV; e vedando qualquer possibilidade de censura de natureza política, ideológica e artística.

> **CONSTITUIÇÃO FEDERAL.**

> Art. 5°. IV - é livre a manifestação do pensamento, sendo vedado o anonimato;
> V - é assegurado o direito de resposta, proporcional ao agravo, além da indenização por dano material, moral ou à imagem;
> X - são invioláveis a intimidade, a vida privada, a honra e a imagem das pessoas, assegurado o direito a indenização pelo dano material ou moral decorrente de sua violação;
> XIII - é livre o exercício de qualquer trabalho, ofício ou profissão, atendidas as qualificações profissionais que a lei estabelecer;
> XIV - é assegurado a todos o acesso à informação e resguardado o sigilo da fonte, quando necessário ao exercício profissional;
> Art. 220. § 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.

Mas é importante verificar que não se está garantindo uma liberdade irresponsável e sem qualquer critério do poder de informar ou mesmo do direito de criar ou de manifestar o pensamento, pois existem meios legítimos, previstos pela Constituição, de se controlar a liberdade de comunicação. Pois, muitas vezes a liberdade de comunicação vai de encontro aos direitos de terceiros, ou contraria outros preceitos constitucionais; fato que deve ser analisado judicialmente, dentro do contexto constitucional.

As regras constitucionais da comunicação, além do disposto pelo artigo 220, estão previstas no artigo 221, que trata das restrições da liberdade de comunicar; e nos artigos 222 e 223 que dispõem sobre a propriedade das empresas jornalísticas e de radiodifusão sonora e televisiva; e da concessão e permissão para tais serviços; além do artigo 224 que prevê a instituição do Conselho de Comunicação Social.

> **CONSTITUIÇÃO FEDERAL.**
> 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.
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.
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, ou de pessoas jurídicas constituídas sob as leis brasileiras e que tenham sede no País.
§ 1º Em qualquer caso, pelo menos setenta por cento do capital total e do capital votante das empresas jornalísticas e de radiodifusão sonora e de sons e imagens deverá pertencer, direta ou indiretamente, a