



COMUNICAÇÃO DEMOCRÁTICA: O DIREITO À DIFUSÃO DA INFORMAÇÃO

Daiana Brandt¹

Janaína Machado Sturza²

RESUMO

A sociedade contemporânea apresenta-se de forma complexa e paradoxal. À partir deste cenário, encontra-se a nossa Constituição Federal, a qual não só proíbe a censura da manifestação de pensamento, mas também protege a liberdade deste mesmo pensamento. Neste contexto, destaca-se ainda que a humanidade, ao longo da sua evolução histórica, social e jurídica buscou assegurar a possibilidade de ter suas convicções e ideais preservados, na perspectiva de defender e garantir direitos. Logo, o presente artigo tem o objetivo de fomentar a reflexão constitucional acerca da comunicação democrática, especialmente sob a ótica do direito à difusão da informação enquanto instrumento de consecução dos demais direitos.

Palavras chave: Comunicação; Democracia; Direito à informação; Televisão.

ABSTRACT

Contemporary society presents a complex and paradoxical. From this scenario, it is our Federal Constitution, which not only prohibits censorship of expression of thought, but also protects the freedom of the same thought. In this context, it is also noted that humanity, throughout its historical, social and legal developments sought to ensure the possibility of having their beliefs and ideals preserved with a view to defend and guarantee rights. Thus, this article aims to foster reflection on constitutional democratic communication, especially from the perspective of the right to dissemination of information as an instrument for achieving other rights.

Keywords: Communication; Democracy; Right to information; TV.

CONSIDERAÇÕES INICIAIS

¹Mestre em Direito pela Universidade de Santa Cruz do Sul – UNISC. Professora de Direito da Faculdade Dom Alberto. Assessora de Juiz de Direito. Email: daianabrandt@hotmail.com.br.

² Pós Doutorado em Direito pelo PPGD da Unisinos. Doutora em Direito pela Escola Internacional de Doutorado em Direito e Economia Tullio Ascarelli, da Universidade de Roma Tre/Itália. Mestre em Direito pela Universidade de Santa Cruz do Sul – UNISC. Especialista em Demandas Sociais e Políticas Públicas também pela UNISC. Professora na Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul – UNIJUÍ, lecionando na graduação em Direito e no Programa de Pós Graduação em Direitos Humanos - Mestrado. Professora na graduação em Direito da Faculdade Dom Alberto. Advogada. Email: janasturza@hotmail.com



De início, é importante realizar uma breve contextualização histórica acerca do tratamento jurídico que o direito à informação recebeu a partir do século XVIII. Assim, a Declaração de Direitos do Homem e do Cidadão, de 26 de agosto de 1789, prevê em seu artigo 11 que: “a livre comunicação das ideias e das opiniões é um dos mais preciosos direitos do homem; todo cidadão pode, portanto, falar, escrever, imprimir livremente, respondendo, todavia, pelos abusos desta liberdade nos termos previstos na lei”. Elevado a categoria de um dos direitos mais valiosos do homem, a livre comunicação de ideias, pois, passou a ter relevância, desenvolvendo-se em uma crescente preocupação com a possibilidade de ter uma opinião e de expressá-la. Importante perceber, contudo, que, com a possibilidade de livre comunicação, surgem também restrições para os excessos que possam advir do exercício desse direito.

Em 10 de dezembro de 1948, surge a Declaração Universal dos Direitos Humanos, na qual consta, em seu artigo 19, que é assegurado a todo indivíduo o “[...] direito à liberdade de opinião e expressão; este direito inclui a liberdade de, sem interferência, ter opiniões e de procurar, receber e transmitir informações e ideias por quaisquer meios e independentemente de fronteiras”. A Convenção Americana de Direitos Humanos, de 22 de novembro de 1969, por seu turno, garante, em seu artigo 13, que todo indivíduo possui o direito de pensamento e de expressão, sendo que “[...] este direito inclui a liberdade de procurar, receber e difundir informações e ideias de qualquer natureza, sem considerações de fronteiras, verbalmente ou por escrito, ou em forma impressa ou artística, ou por qualquer meio de sua escolha”.

Nota-se, nesses artigos, uma preocupação com relação à possibilidade de o cidadão, enquanto indivíduo integrado no ambiente social e ciente de seus direitos, pensar de forma livre e poder se munir de meios para encontrar uma informação que mereça crédito. Nesse sentido, percebe-se que é reforçada a questão da necessidade de quebra dos limites de um território, talvez com um prenúncio de uma sociedade da informação, que atua por meio de redes globais.

A Constituição Federal, promulgada em 05 de outubro de 1988, também, assegura que “é livre a manifestação do pensamento, sendo vedado o anonimato” (artigo 5.º, inciso IV); que “é livre a expressão da atividade intelectual, artística, científica e de comunicação, independentemente de censura ou licença” (artigo 5.º,



inciso IX); e que “é assegurado a todos o acesso à informação e resguardado o sigilo da fonte, quando necessário ao exercício profissional” (artigo 5.º, inciso XIV). No seu artigo 220, ela também dispõe que “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”.

Nossa Constituição Federal, portanto, segue a mesma linha das declarações internacionais, proibindo a censura da manifestação de pensamento e primando pela liberdade do pensamento. Desse modo, verifica-se que, com o decurso histórico, a humanidade buscou assegurar a possibilidade de ter suas convicções e ideais respeitados, ou seja, a condição de, por meio da informação, cada pessoa poder ser dona de suas próprias ideias.

Assim, pode-se perceber que, além de um direito que deve ser respeitado, apresenta-se a informação como um instrumento de consecução dos demais direitos, ou seja, uma via de acesso a todos os outros direitos. O direito à informação, quando não efetivado, destaca Edilsom Farias (2004. p. 169, grifos do autor), pode comprometer a efetivação dos demais direitos do cidadão, pois, “[...] com efeito, sem o recebimento de informação *pluralista*, o cidadão não exercerá com *dignidade* a sua *cidadania* e a *soberania popular* estará, irremediavelmente, esvaziada (CF, art. 1.º, I, II, III e V).”

Televisão versus o direito humano à informação

Tendo por base essas informações iniciais, deve-se analisar o quanto esse direito vem sendo mitigado pela atuação de um poder simbólico³ utilizado pelos meios de comunicação e, aqui, em especial, pela televisão. Veja-se que a comunicação⁴ aparece como um dos símbolos do século XX, pois o “[...] seu ideal de aproximar os homens, os valores e as culturas compensa os horrores e as

³ “[...] Esse poder invisível o qual só pode ser exercido com a cumplicidade daqueles que não querem saber que lhe estão sujeitos ou mesmo que o exercem. Poder quase mágico, que permite obter o equivalente daquilo que é obtido pela força (física ou econômica), só se exerce se for “reconhecido”, quer dizer, ignorado como arbitrário” (BOURDIEU, 2003, p. 7-8).

⁴ Comunicação significa “processo de transferência de informação através de um canal ou meio de comunicação qualquer, entre pessoas, pontos ou equipamentos, sem alteração ou quebra da sequência, estrutura ou conteúdo” (APDSI. Associação para desenvolvimento e promoção da Sociedade da Informação. *Glossário da Sociedade da Informação*. Outubro 2005. 05 de julho de 2006. Disponível em: <http://www.icp-anacom.pt/streaming/Estudo_LexicoSI.pdf?categoryId=98121&contentId=302646&field=ATTACHED_FILE>. Acesso em: 20 nov. 2007).



barbaridades de nossa época” (WOLTON, 2004. p. 27). Aqui se verifica um paradoxo, pois, ao mesmo tempo em que a comunicação é vista como uma forma de impedir a barbárie e o tratamento desumano entre os humanos, permite a ocorrência de uma dominação ante a monopolização da informação (BOURDIEU, 2003).

De qualquer sorte, com ou sem processo de dominação simbólica, é preciso compreender que:

Não há seres humanos sem sociedade, como não há sociedade sem comunicação. E é por isso que a comunicação é, ao mesmo tempo, uma realidade e um modelo cultural. [...] Jamais houve comunicação em si, ela está sempre ligada a um padrão cultural. Ou seja, a uma representação do outro, porque comunicar consiste em difundir, mas também interagir com um indivíduo ou uma coletividade. O ato banal de comunicação condensa em realidade a história de uma cultura e de uma sociedade (WOLTON, 2004. p. 30).

Os meios de comunicação exercem um papel fundamental na difusão da informação. A televisão⁵ ganha destaque, pois ela se apresenta como uma das formas de transmissão a qual a população mais tem acesso (DANTAS, 2002). Trata-se de um meio de diversão, sendo também a possibilidade de obtenção de qualquer tipo de informação, estabelecendo-se como parâmetro para novas culturas, novos consumos, novos padrões de comportamento.

É importante perceber que o direito à informação⁶ engloba o direito à comunicação, ou seja, ao cidadão deve ser assegurado o direito de se informar e, ao mesmo tempo, de ocupar um espaço na transmissão de informações

⁵ “A televisão desempenha hoje um papel central na estruturação da vida doméstica e da conversação pública em todas as partes do mundo, consumindo, em média, 30 horas do tempo livre disponível pelo cidadão global - e apesar disso tem pouco mais de meio século de existência. O jornalismo impresso apresenta uma história mais longa, tendo, seu estudo, iniciado nas primeiras décadas do século, quando ocorreu sua popularização nos países ocidentais avançados. Entretanto ainda hoje não faz e, talvez, jamais venha a fazer parte do cotidiano dos milhões e milhões de pessoas que, por motivos diversos, não têm contato com a cultura literária e as formas de raciocínio público que ela ensinou historicamente” (RÜDIGER, Francisco. *A trajetória de comunicação como campo de conhecimento científico*: balanço de final de século. Artigo. 2007. policopiado e não publicado).

⁶ “O direito à comunicação é um dos pilares centrais de uma sociedade democrática. Assumir a comunicação como um direito fundamental significa reconhecer o direito de todo ser humano de ter voz, de se expressar. Significa dizer que cabe ao Estado garantir isso a todos os cidadãos, mais do que exercer por sua própria conta essa comunicação. O direito à comunicação é mais do que direito à informação e liberdade de expressão: é o direito de produzir e veicular informação, de possuir condições técnicas e materiais para dizer e ser ouvido, de ser protagonista de um sistema de comunicação plural. É, acima de tudo, compreender a comunicação como um bem público, que pertence ao conjunto da sociedade” (MOYSÉS, Diogo; BRANT, João. *Direito à comunicação*: ainda um horizonte longínquo. Disponível em: <<http://www.social.org.br/relatorio2004/relatorio034.htm>>. Acesso em: 02 nov. 2007).



(PERUZZO, 2005. p. 92). Nesse ponto, Farias (2004. p. 34) associa as duas modalidades e constrói a locução liberdade de expressão e comunicação para designar:

[...] Um direito fundamental de dimensão subjetiva (garantia da autonomia pessoal) e institucional (garantia da formação da opinião pública, da participação ativa de todos no debate público, do pluralismo político e do bom funcionamento da democracia), assegurado a todo cidadão. Direito este que consiste na faculdade de manifestar livremente os próprios pensamentos, ideias, opiniões, crenças, juízos de valores por meio da palavra oral e escrita, da imagem ou de qualquer outro meio de difusão (liberdade de expressão), bem como na faculdade de comunicar ou receber informações verdadeiras, sem impedimentos nem discriminações (liberdade de comunicação).

Cicília M. Krohling Peruzzo (2005. p. 11) afirma que o cidadão, com o direito à comunicação⁷, tem, não somente a liberdade de expressão e informação assegurados como princípios básicos, mas a possibilidade de comunicar, de se perceber enquanto sujeito que pode decidir o que quer que seja veiculado nos canais de comunicação, sendo que tal direito apresenta-se como um dos pilares básicos das sociedades democráticas. Diante desse conceito, pode-se ter noção da importância da efetivação do direito à comunicação como um meio, inclusive, de consecução da democracia. Assim, a garantia e efetivação desse direito, mais do que uma garantia pessoal, apresenta-se como um meio de interação com os demais cidadãos. Contudo, o que se tem visto é que tal direito está apenas reservado para os detentores dos meios de comunicação, destacando-se, dentre eles, a televisão.

Nesse contexto, destaca-se que a televisão surgiu anos antes da Segunda Guerra Mundial, em estágio experimental e com circulação limitada. O primeiro serviço televisivo foi inaugurado no dia 12 de novembro de 1937, na Inglaterra,

⁷ “Na luta pela efetivação do direito à comunicação, se destacam algumas iniciativas da sociedade civil. O FNDC (Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação) tem, no último período, dado especial atenção aos debates sobre o Sistema Brasileiro de Televisão Digital. Em 2004, também se fortaleceu a campanha “Quem financia a baixaria é contra a cidadania”, promovida pela ONG TVer e pela Comissão de Direitos Humanos da Câmara dos Deputados. No segundo semestre de 2004, iniciou-se ainda a articulação da CRIS Brasil, integrada com a Campanha CRIS Internacional (*Communication Rights in the Information Society*). Participam diversas entidades, como a Rits, Intervezes, GT de Comunicação da ABONG, Rede DAWN, Epcom, GTA, ASA, entre outras, que apontaram como principais focos de atuação a constituição de um sistema público de comunicação, a promoção da diversidade cultural, a atuação sobre as questões de propriedade intelectual e, finalmente, a apropriação social das Tecnologias de Informação e Comunicação” (MOYSÉS. Diogo; BRANT, João. *Direito à comunicação: ainda um horizonte longínquo*. Disponível em: <<http://www.social.org.br/relatorio2004/relatorio034.htm>>. Acesso em: 02 nov. 2007).



contudo, somente depois de encerradas as guerras mundiais, na década de 1950, é que a televisão foi difundida e começou a galgar o seu espaço. Atualmente, a televisão é uma das formas mais importantes de transmissão de informações (FARIAS, 2004. 138).

Chegou-se ao estágio no qual o problema reside “[...] na concentração do poder de definição do que é transmitido. Fundamental é romper com o estado de monopólio que prevalece e assegurar que a pluralidade de pensamentos ocupe o espaço público⁸ da comunicação”(CARVALHO, 2003). Anote-se que a Constituição Federal estabeleceu em seu artigo 220, parágrafo 5.º, que “os meios de comunicação social não podem, direta ou indiretamente, ser objeto de monopólio ou oligopólio”. Assim, a atividade pública de transmissão de informações não pode ser realizada por apenas uma emissora (o que configura monopólio), nem por um pequeno número delas (oligopólio), devendo, ao contrário, ser estendida a toda a população.

Com efeito, o dispositivo mencionado no parágrafo anterior não é obedecido e choca-se também com a disposição constitucional que dispõe sobre a livre concorrência (artigo 170, inciso VI), e que veda o abuso do poder econômico (artigo 173, parágrafo 4.º). É por tal razão que se pode concluir que “[...] cada vez mais, a liberdade de comunicação social depende da liberdade econômica ou é em boa medida consequência do sistema econômico” (FARIAS, 2004. p. 209).

Políticas públicas no âmbito da comunicação social

O que pode ser constatado, assim, é que existem, no geral, poucas políticas públicas que regulamentam a questão da comunicação social no Brasil. O Código Brasileiro de Telecomunicações – CBT, por exemplo, apresenta-se como defasado:

[...] A TV aberta no Brasil praticamente não sofre qualquer tipo de controle público. Ao contrário dos países ditos desenvolvidos, o Brasil não conta com regras de regionalização da produção artística e jornalística ou com índices obrigatórios para a produção independente. Mesmo que formalmente uma outorga de TV possa ser cassada, não há registro de que isso tenha ocorrido, apesar dos notórios desvios éticos existentes no setor. A única regra contra concentração da propriedade (dez emissoras,

⁸Público é “relativo, pertencente ou destinado ao povo, à coletividade” (CUNHA, Antônio Geraldo da. *Dicionário etimológico: nova fronteira da língua portuguesa*. 2. ed. Rio de Janeiro: Nova fronteira. 2001. p. 646). Desse modo, espaço público, é o espaço do coletivo. Para o presente trabalho, tal será o conceito de espaço público, que será sinônimo da expressão esfera pública.



sendo no máximo 5 no VHF) é facilmente burlada por mecanismos jurídicos (INTERVOZES, 2006).

Assim, as informações transmitidas pela televisão são trazidas à população envoltas por uma tentativa de violentá-la simbolicamente, pois estão caracterizadas pela construção de uma realidade que não pode ser contestada, porque a televisão tem a possibilidade de se apresentar como a detentora da “opinião pública” ou, até mesmo, da “verdade” (BOURDIEU, 1997). Tal circunstância torna possível, dessa forma, questionar se a televisão realmente orienta, no sentido de trazer uma informação crível e de acordo com a realidade. A conclusão a que se chega é de que a televisão, no momento em que transmite informações que podem não representar a realidade e que podem estar apenas justificando interesses de uma elite que domina o mercado da comunicação, contribui para uma desorientação, quando a sua função seria justamente o contrário, ou seja, esclarecer a população.

Os meios de comunicação de massa⁹ podem, segundo Jürgen Habermas (1983), influenciar na formação da opinião pública, direcionando-a e excluindo o seu caráter público. Mas, embora esteja presente, para o autor, a influência dos meios de comunicação sobre a opinião pública, ele acredita que ela pode se libertar dessa influência e ser, livremente, constituída. Em sentido diverso orientam-se os posicionamentos de Pierre Bourdieu (1985) e Patrick Champagne (1998), os quais defendem que a opinião pública, como manifestação coletiva, não existe, porque ela não encontra um espaço efetivamente público e liberto da interferência dos meios de comunicação para se formar.

A televisão, inclusive, de acordo com Bourdieu (1985), se utiliza da opinião pública para ter legitimidade para “falar” em nome da sociedade, apoiada em pesquisas de opinião pública, objetivando ser identificada como um ator coletivo¹⁰. No entanto, é preciso compreender que a opinião pública, gerada por meio das sondagens de opinião, nasce da problemática por elas mesmas proposta. Nesse sentido, observe-se que toda a problemática pode ser interessada. No caso

⁹Comunicação de massas é o “processo de transmitir informação a um grupo de pessoas em simultâneo, com a ajuda dos meios de comunicação social”. (APDSI. Associação para desenvolvimento e promoção da Sociedade da Informação. *Glossário da Sociedade da Informação*. Outubro 2005. 05 de julho de 2006. Disponível: <http://www.icp-anacom.pt/streaming/Estudo_LexicoSI.pdf?categoryId=98121&contentId=302646&field=ATTACHED_FILE>. Acesso em: 02 nov. 2007.

¹⁰ “O termo é utilizado neste trabalho no sentido de: “[...] atores coletivos que, legitimamente, podem participar da luta política e cuja palavra é subordinada como política, isto é, como palavra de um grupo e não como simples palavra individual” (CHAMPAGNE, Patrick. *Formar a opinião: o novo jogo político*. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998. p. 236).



particular, então, das pesquisas de opinião pública, há interesses de cunho político que buscam transmitir a ilusão de que existe uma opinião pública, que surge da soma de opiniões individuais, quando não passa de uma perspectiva de determinado grupo de pessoas entrevistadas¹¹.

Na mesma linha, manifesta-se *Ciro Marcondes Filho* (1989, p. 97), para quem a concentração de empresas jornalísticas torna quase impensável a constituição de uma opinião pública ampla e orientada. É por isso que:

[...] A luta pela liberdade de imprensa levada a cabo pelos donos de empresas jornalísticas não tem nada de democrático em relação às possibilidades políticas de participação. Os empresários do jornalismo usam-na para impor-se como segmento significativo do empresariado que, como os demais, almeja parcela do poder barganhando com o Estado. Não se trata, de forma alguma, de democratizar mais a sociedade, como o exemplo chileno apontou, mas de garantir um espaço para seu produto no mercado geral capitalista.

As pressões geradas pelo mercado fazem com que a televisão esteja voltada aos interesses de maior audiência e não comprometida com a transmissão de uma informação verídica. Tal processo dá ensejo ao “[...] efeito demagógico e despolitizante da mídia sobre os mais desprovidos economicamente e acima de tudo culturalmente. Ela fatalmente estimula uma ação conservadora e de desmobilização dos movimentos críticos [...]” (*BOURDIEU*, 1998, p. 112).

Afirma *Pedrinho Guareschi* (1993) que os meios de comunicação podem construir a realidade e determinar o modo de agir das pessoas:

Não seria exagero dizer que a comunicação constrói a realidade. Num mundo todo permeado de comunicação – um mundo de sinais – num mundo todo teleinformatizado, a única realidade passa a ser a representação da realidade – um mundo simbólico, imaterial. Isso é tão verdade que na linguagem do dia-a-dia já se podem ouvir frases como

¹¹ “As problemáticas propostas pelas sondagens de opinião são problemáticas interessadas. Toda problemática é interessada, mas, no caso particular, os interesses que sustentam essas problemáticas são interesses políticos e isto exerce um grande controle, simultaneamente, sobre a significação das respostas e sobre a significação dada à publicação das respostas. A sondagem de opinião, no contexto atual, é um instrumento de ação política; sua função mais importante consiste talvez em impor a ilusão de que existe uma opinião pública como pura adição de opiniões individuais; em impor a ideia de que, por exemplo numa sala como esta, existe uma opinião pública, algo que seria como que a média das opiniões ou a opinião média. A ‘opinião pública’ manifestada nas primeiras páginas dos jornais sob a forma de porcentagens (60% dos franceses são favoráveis a...), esta opinião pública é um artefato puro e simples, cuja função é dissimular que o estado da opinião num certo momento é um sistema de forças, de tensões, e que não existe nada mais inadequado para representar o estado da opinião que a porcentagem” (*BOURDIEU*, Pierre. *A opinião pública não existe*. In *THIOLLENT*, Michel. *Crítica metodológica, investigação social e enquete operária*. São Paulo: Polis, 1985. P. 139-140).



estas: “Já acabou a greve?” E se alguém pergunta por que, a resposta é: “Deve ter acabado, pois o jornal não diz mais nada...” ou: “A televisão não mostrou nada...” A conclusão a que chegamos é a de que uma coisa existe, ou deixa de existir, à medida que é comunicada, veiculada. É por isso, conseqüentemente, que a comunicação é duplamente poderosa: tanto porque pode criar realidades, como porque pode deixar que existam pelo fato de serem silenciadas.

A televisão não se preocupa com a transmissão diversificada e que possibilite uma escolha pelo usuário: as informações que o cidadão deveria possuir para exercer os seus direitos democráticos não são veiculadas (BOURDIEU, 1997, p. 23-24). Nesse sentido, de acordo com Niklas Luhmann¹²: “a sociedad, así, reproduce los termos que los medios de massas selcionarán para transformalos em información”.

Guareschi (1985, p. 58) afirma que os meios de comunicação estão sujeitos a um processo de fetichização¹³, pois adquirem características humanas. São analisados sob a perspectiva do que eles podem realizar e não sob a ótica de que eles somente existem porque os homens é que os comandam:

A fim de estabelecer a forma mercantilista das comunicações, fazer dessa forma uma atividade *natural*, isto é, uma atividade que seja realizada sem que os dominados (ou seja, os receptores) suspeitem da identidade dela como sendo um instrumento de dominação, controlado por determinada classe – os meios de comunicação têm de passar através de um processo de fetichização, semelhante àquele a que todas as atividades e produtos estão sujeitos. Sob a influência desse fetichismo, seres vivos são

¹² Tradução livre: a sociedade, assim, reproduz os termos que os meios de comunicação de massa selecionam para transformarem em informação (LUHMANN, Niklas. *La realidad de los medios de masas*. México: Universidad Iberoamericana, 2000. p. 112).

¹³ Marx define fetichismo da seguinte forma: “o carácter misterioso da forma-mercadoria consiste, portanto, simplesmente em que ela apresenta aos homens as características sociais do seu próprio trabalho como se fossem características objectivas dos próprios produtos do trabalho, como se fossem propriedades sociais inerentes a essas coisas; e, portanto, reflecte também a relação social dos produtores com o trabalho global como se fosse uma relação social de coisas existentes para além deles. É por este quiproquó que esse produtos se convertem em mercadorias, coisas a um tempo sensíveis e suprasensíveis (isto, é, coisas sociais). Também a impressão luminosa de um objecto sobre o nervo óptico não se apresenta como uma excitação subjectiva do próprio nervo, mas como a forma sensível de alguma coisa que existe fora do olho. Mas, no acto da visão, a luz é realmente projectada por um objecto exterior sobre um outro objecto, o olho; é uma relação física entre coisas físicas. Ao invés, a forma mercadoria e a relação de valor dos produtos do trabalho na qual aquela se representa] não tem a ver absolutamente nada com a sua natureza física [nem com as relações materiais dela resultantes. É somente uma relação social determinada entre os próprios homens que adquire aos olhos deles a forma fantasmagórica de uma relação entre coisas. Para encontrar algo de análogo a este fenómeno, é necessário procurá-lo na região nebulosa do mundo religioso. Aí os produtos do cérebro humano parecem dotados de vida própria, entidades autónomas que mantêm relações entre si e com os homens. O mesmo se passa no mundo mercantil com os produtos da mão do homem. É o que se pode chamar o fetichismo que se aferra aos produtos do trabalho logo que se apresentam como mercadorias, sendo, portanto, inseparável deste modo-de-produção. Este carácter fetiche do mundo das mercadorias decorre, como mostrou a análise precedente, do carácter social próprio do trabalho que produz mercadorias” (MARX, Karl. *O capital: crítica da economia política*. 23. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2006. p. 156).



transformados em coisas (fatores de produção) e coisas começam a assumir qualidades de seres vivos. Dessa maneira, o dinheiro *trabalha*, o capital *produz* e, conseqüentemente, os meios de comunicação *agem*.

Assim, verifica-se que os meios de comunicação se personificam, e, nessa ótica, deve-se compreender que a televisão, como o meio de transmissão de informações mais popular, exerce uma influência ímpar sobre os cidadãos, motivo pelo qual deve receber um controle¹⁴, exercido pela sociedade, com o fim de obter a democratização da informação (FARIAS, 2004, p. 281).

Nesse sentido, Manuel Castells (1999, p. 24, grifos do autor) identifica três tipos de identidades que mobilizam para a conduta ativa do cidadão:

Identidade legitimadora: introduzida pelas instituições dominantes da sociedade no intuito de expandir e racionalizar sua dominação em relação aos atores sociais, tema este que está no cenário da teoria de autoridade e dominação de Sennett, e se aplica a diversas teorias do nacionalismo. *Identidade de resistência*: criada por atores que se encontram em posições/condições desvalorizadas e/ou estigmatizadas pela lógica da dominação, construindo, assim, trincheiras de resistência e sobrevivência com base em princípios deferentes dos que permeiam as instituições da sociedade, ou mesmo opostos a estes últimos, conforme propõe Calhoun ao explicar o surgimento da política de identidade. *Identidade de projeto*: quando os atores sociais, utilizando-se de qualquer tipo de matéria cultural ao seu alcance, constroem uma nova identidade capaz de redefinir sua posição na sociedade e, ao fazê-lo, de buscar a transformação de toda a estrutura social. Esse é o caso, por exemplo, do feminismo que abandona as trincheiras de resistência da identidade e dos direitos da mulher para fazer frente ao patriarcalismo, à família patriarcal e, assim, toda a estrutura de produção, reprodução, sexualidade e personalidade sobre a qual as sociedades historicamente se estabeleceram.

No momento em que se passa de uma identidade de legitimação para uma de resistência, alcança-se a possibilidade de inverter uma situação de construção de ideias, gerada pela televisão, para, em um passo seguinte, criar projetos que viabilizem a diversidade de pensamentos e opiniões. Tal fim pode ser alcançado por meio da participação da sociedade na formulação de políticas públicas para a televisão, e essa mobilização não pode esbarrar na alegação de censura¹⁵, até

¹⁴ “[...] A expressão controle social, atualmente, tem duplo significado, aperfeiçoar os mecanismos de controle da sociedade sobre o Estado e inventar formas de controle da sociedade sobre a sociedade” (VIEIRA, Liszt. Cidadania e controle social. In: PEREIRA, Luiz Carlos Bresser; GRAU, Nuria Cunill (org.). *O público não-estatal na reforma do Estado*. Rio de Janeiro: Fundação Getulio Vargas, 1999. p. 252).

¹⁵ “Desde sempre, o conceito de censura é assimilado ao poder autoritário, do qual ela é, de fato, um elemento constitutivo importante. Censura significa supressão, interdição, proibição, corte e retenção de informação. A autoridade tem plena certeza de que um atributo forte de seu poder consiste em controlar a expressão e a comunicação de todos aqueles que estão sob sua tutela. É assim que procedem os ditadores, os déspotas ou os juizes da Inquisição. Viver num país livre é



porque não se pode denominar de censura algo que venha em benefício do cidadão (2005). Além disso, a liberdade de imprensa¹⁶ também diz respeito à liberdade do cidadão de ter acesso a uma informação verídica.

Diante dessas preconceitos, esclarece sobre direitos, orienta para medidas de prevenção, encaminha os cidadãos para serviços públicos” (GARCEZ, 2005. p. 125). Por essa razão não pode ficar à mercê de construções falsas, que denotam interesses do campo econômico, porque, desse modo, ela pode se tornar um meio de coisificação da vida¹⁷, ou seja, torna a vida vazia de sentido e desorientada.

Embora a sociedade da informação, como se analisou, possa estar ligada ao poder econômico, ela representa a possibilidade de contra-ataque, pois traz consigo, de acordo com Armand Mattelart (2002, p. 150), quatro virtudes: descentralização, globalização, harmonização e pleno poder para fazer (*empowerment*), e é na busca de uma participação social que se deve pautar a construção da sociedade contemporânea, uma sociedade marcada pela informação desinteressada e comprometida com um ideal democrático.

Fábio Konder Comparato (2003) afirma que a formação do espaço público da comunicação hoje ocorre com a exclusão da população, que é transformada em

viver sob um regime político que não pratica esta forma de censura e que, ao contrário, respeita o direito de expressão, de imprensa, de opinião, de associação, de debate, de discussão. Esta tolerância, nós a vivemos como um milagre, a tal ponto que negligenciamos ver que uma nova forma de censura se estabeleceu sub-repticiamente, uma censura que poderíamos chamar 'censura democrática'. Esta, em oposição à censura constatações, há que se ter presente que a informação pode salvar vidas, pois ela “[...] elimina autocrática, não se funda mais na supressão ou no corte, na amputação ou na proibição de dados, mais na acumulação, na saturação, no excesso e na superabundância de informações. O jornalista está literalmente asfixiado, ele desaba sob uma avalanche de dados, de relatórios, de dossiês - mais ou menos interessantes - que o mobilizam, o ocupam, saturam seu tempo e, tal como chamarizes, o distraem do essencial. Por cúmulo, isto incentiva ainda sua preguiça, pois não precisa mais buscar a informação. Ela chega por si mesma a ele” (RAMONET, Ignácio. *A tirania da comunicação*. 2002. Disponível em: <WWW.SABOTAGEM.REVOLT.ORG>. Acesso em: 02 nov. 2007. p. 11).

¹⁶“A liberdade da mídia não passa de uma extensão da liberdade coletiva de expressão, um dos fundamentos da democracia. Enquanto tal, não pode ser confiscada por um grupo de poderosos. Além do mais, ela implica uma 'responsabilidade social' e, conseqüentemente, seu exercício deve permanecer, em última instância, sob o controle responsável da sociedade. Foi esta convicção que nos levou a propor a criação do Observatório Internacional da Mídia. Pois a mídia é, atualmente, o único poder sem um contrapoder, criando-se, dessa forma, um desequilíbrio prejudicial para a democracia” (RAMONET, Ignácio. O quinto poder. In: *Le monde diplomatique*. Outubro de 2003. Disponível em: <http://diplo.uol.com.br/2003-10,a764>. Acesso em: 31 out. 2007).

¹⁷“A importância desse direito fundamental pode ser aquilatada pelo fato de a informação ter-se constituído em um alimento espiritual imprescindível para os cidadãos. Por um lado, ela contribui para o próprio desenvolvimento da personalidade e de talentos da pessoa humana. Por outro, a informação qualifica os cidadãos para participarem ativamente da vida coletiva e política e, dessa forma, poder evitar a marginalização social provocada pela falta de informação sobre os problemas e desafios enfrentados pela sociedade” (FARIAS, Edilson. *Liberdade de expressão e comunicação*: teoria e proteção constitucional. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2004. p. 90).



massa de manobra por setores que dominam a transmissão da informação. Assim, mascara-se, segundo o autor, por meio do discurso de prestação de um serviço democrático de comunicação social, um oligopólio a serviço, exclusivamente de um setor ou de uma classe dominante, e, diante dessas situações, é que se pode verificar a ocorrência do poder simbólico dos meios de informação.

Assim, não se pode olvidar que a informação assume papel fundamental no direcionamento da vida dos cidadãos e, nesse sentido, ela pode funcionar como um antídoto¹⁸. Desse modo, ao mesmo tempo em que gera a exclusão, caso não seja permitida a todos os cidadãos, representa também a única alternativa para permitir a inclusão (FARIAS, 2004).

Destaca-se, nesse ponto, que a educação para a democracia, atualmente, passa pela crítica sobre a atividade dos meios de comunicação, pois eles se apresentam como o ponto de ligação entre a vida política, social e econômica, identificando-se a televisão¹⁹ como a maior representante desse espaço e sobre a qual, conseqüentemente, deve cair a maior observação e a maior crítica (COMPARATO, 1991, p. 301). Nesse sentido, a Constituição Federal de 1988 dispõe, em seu artigo 220, *caput* que “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”.

Defende-se, pois, a constituição de um contra-poder ao poder simbólico da televisão, que será possível, segundo Bourdieu (2003, p. 15), com:

A destruição deste poder de imposição simbólico radicado no desconhecimento [que] supõe a *tomada de consciência* do arbitrário, quer

¹⁸ Nesse sentido, destaca Pierre Lévy (LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. Tradução: Carlos Irineu da Costa. São Paulo: 34, 1999. p. 30) que a inteligência permitida pela era da informação, apresenta-se como um *pharmakon* “[...] é ao mesmo tempo veneno para aqueles que dela não participam (e ninguém pode participar completamente dela, de tão vasta e multiforme que é) e um remédio para aqueles que mergulham em seus turbilhões e conseguem controlar a própria deriva no meio de suas correntes”.

¹⁹ “Nada mais é preciso acrescentar para perceber a extraordinária importância da televisão como instrumento político. Não se trata, apenas, de sua influência óbvia nas campanhas eleitorais, como acabamos de ver em nosso país, tanto no último pleito presidencial (a criminosa manipulação do derradeiro debate do segundo turno) quanto nas eleições para as Casas Legislativas, onde quase todos os candidatos mais votados foram protagonistas de programas de televisão. Não se trata tampouco, apenas, da capacidade de alguns governantes de lograr ampla adesão popular às suas políticas, pela exploração de um talento pessoal televisivo. O fundamental é a possibilidade de inculcar, na massa do povo, opiniões, preconceitos e convicções, que modelam a mentalidade popular e acabam se transformando em costumes estáveis, os quais, por sua vez, passam a influenciar, decisivamente, o funcionamento das instituições políticas” (COMPARATO, Fábio Konder. É possível democratizar a televisão? In: NOVAES, Aduato. *Rede imaginária: televisão e democracia*. São Paulo: Companhia das Letras, Secretaria Municipal de Cultura, 1991. p. 303).



dizer, a relação da verdade objetiva e o aniquilamento da crença: é a medida em que o discurso heterodoxo destrói as falsas evidências da ortodoxia, restauração fictícia da *doxa*, e lhe neutraliza o poder de desmobilização, que ele encerra um poder simbólico de mobilização e de subversão, poder de tornar atual o poder potencial das classes dominadas”.

Tal contra-poder, como se depreende da definição de Bourdieu, também se reveste de um simbolismo, contudo, para fins opostos ao que está sendo utilizado pela televisão. Como a maior prejudicada nesse processo de violação simbólica do direito à informação é a própria sociedade, é dela que deve surgir a mobilização para alterar tal situação. Com efeito, uma possibilidade apresenta-se a sua participação na elaboração, execução e fiscalização de políticas públicas para a televisão (DIZARD JÚNIOR, 2000, p. 109).

É preciso observar que os efeitos da televisão no meio social fortalecem a ideia de estreita ligação entre os meios de comunicação e a possibilidade ou não de se pensar em democracia, daí porque se mostra necessário um controle público²⁰ sobre ela (FARIAS, 2004. p. 141).

A defesa da promoção dos direitos humanos passa ainda por mecanismos que garantam a veiculação da produção cultural de grupos regionais e locais, de forma que a diversidade cultural (e suas dimensões de etnia, gênero, opção sexual, política, religião etc.) da sociedade esteja devidamente contemplada – sobretudo nas emissoras de rádio e TV, concessões públicas que, por lei, devem servir ao interesse público. É um debate que passa, por exemplo, pelas diretrizes que devem nortear o processo de concessões do direito de exploração do sistema de radiodifusão e de telecomunicações. Uma das estratégias centrais é a (ainda controversa) ideia de controle público. O caráter desse mecanismo é completamente diferente da censura, exercida previamente. O controle

²⁰ “O senhor acha que a sociedade precisa exercer algum tipo de controle sobre os meios de comunicação? Como? Quais tipos de controle? Laurindo Leal Filho - Sim, como ocorre em grande parte das democracias em todo o mundo. Por serem concessões públicas, a sociedade deve possuir instrumentos para controlá-las. Reino Unido, França, Alemanha, Portugal, Chile, Austrália são alguns países que possuem conselhos públicos de radiodifusão com poderes para fiscalizar e punir concessionários que infringem as regras de concessão, as leis do país e mesmo os que afrontam valores éticos e morais da sociedade. São órgãos que recebem as queixas da população, as analisam, chamam os concessionários para discuti-las e, se for caso, exercem o poder de puni-los. IHU On-Line - Qual o papel da sociedade civil nesse debate? Ela está preparada para isso? Quando alguém abre uma torneira e sai água suja, por exemplo, sabe a quem reclamar e o faz imediatamente. Por que isso não ocorre com as programações de televisão, quando elas são de má qualidade? Laurindo Leal Filho - Porque infelizmente no Brasil a absoluta maioria da população só se informa pela televisão e esta esconde o fato de ser uma concessão pública. E o que é pior, por aparentemente chegar a todos os domicílios sem custo para o telespectador, este não se julga no direito de reclamar do que é ruim. E para completar, com a falta de órgãos reguladores, não há a quem reclamar. Diferentemente do que ocorre com outras concessões públicas, como a água, a energia ou os transportes, por exemplo” (REPÓRTER BRASIL. *Entrevista com Laurindo Leal Filho*. Disponível em: <http://www.fndc.org.br/internas.php?p=noticias&cont_key=176293>. Acesso em: 02 nov. 2007).



seria uma observância permanente da sociedade (e não do governo) sobre o que é veiculado pelos meios, visando à pluralidade e diversidade de meios e conteúdos e o combate à violação de direitos humanos na mídia. Por que os meios de comunicação são considerados terra sem lei? Por que é tão difícil propor uma punição a um veículo que explicitamente viole direitos humanos básicos e cometa crimes hediondos, como o preconceito? Hoje a liberdade de imprensa é exercida como liberdade absoluta e irrestrita, sem que haja nenhum mecanismo ou processo para se garantir que as preocupações e reclamações públicas relativas à comunicação sejam ouvidas e atendidas. Entre as diversas propostas para exercício desse controle estão a constituição de conselhos da sociedade civil, de programação, de ética nos veículos, a concessão de direito de antena às organizações sociais e a contratação de *ombudsmans*. Independentemente do mecanismo adotado, o controle deve ser público, ou seja, nem governamental – como pretendem alguns governos autoritários –, nem privado – como acontece nos casos de auto-regulamentação. [...] Somente num espaço onde todos e todas tenham voz, acesso aos meios de produção e veiculação de informação e condições de participação na formulação e monitoramento de políticas de comunicação os demais direitos humanos poderão ser conhecidos, reconhecidos, protegidos, defendidos, reivindicados e efetivados (BARBOSA; BRANT, 2007).

Farias (FARIAS, 2004, p. 281), nesse sentido, afirma que os efeitos que a televisão gera na esfera política fortificam a ideia de “[...] interdependência entre os meios de comunicação social e democracia. Por conseguinte, o Estado Democrático de Direito depende do controle social sobre os órgãos de comunicação, em geral, e, em particular, sobre a televisão, o mais influente veículo de comunicação da atualidade”.

Assim, em sendo a política pública uma medida que deve contemplar os interesses públicos, pode-se concluir que a população deverá exercer um controle sobre elas, mediante a sua participação na vida pública²¹, pois que as direções determinadas serão relativas a seus interesses. Nesse sentido, afirma Sandra Regina Martini Vial (VIAL, 2005. p. 1494-1495) que as políticas públicas devem ter por meta:

[...] Uma justiça social de fato, entendendo-se a justiça não em um sentido utilitarista, pois se assim for incorre-se em um sério problema. [...] Partindo-se do pressuposto da existência de uma justiça social de fato, tem-se uma sociedade que inclui a todos somente porque é possível, ao mesmo tempo, excluí-los.

²¹ “As políticas públicas coordenadas por agentes comprometidos com métodos democráticos e respeito às redes sociais, preocupados em aumentar a confiança social e a auto-estima dos cidadãos, garantindo os arranjos institucionais adequados e a participação popular nas decisões, terão o efeito de incrementar o capital social existente nas comunidades. Com isso, criam-se condições apropriadas para a viabilização do desenvolvimento e da democracia” (SCHMIDT, João Pedro. Capital social e políticas públicas. In: *Direitos sociais e políticas públicas: desafios contemporâneos*. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2003. p. 454-455).



Observe-se que a autora tem a preocupação de alertar para o fato de que se deve lutar pela formulação de políticas públicas e que elas devem estar orientadas de acordo com às características da sociedade contemporânea, estando nela compreendidas as possibilidades de inclusão e exclusão social. Assim, o social e justo, para Vial, somente estarão devidamente conceituados no momento em que for analisada a realidade de determinada sociedade, com as suas desigualdades sociais e suas diferenças em relação às outras sociedades.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Percebe-se, desse modo, que a importância de se preservar a diversidade social é latente. Não se pode conceber que a sociedade seja estabelecida com base em uma visão homogênea da realidade, porque é justamente isso que se quer coibir. A monopolização de pensamentos, gerada pela televisão, deve ser combatida com a compreensão da importância de uma informação diversificada. Somente assim, cada indivíduo compreenderá a sua importância no meio social e poderá exercer um controle sobre as políticas públicas para a televisão, de sorte que a sociedade deve estar presente tanto na elaboração, quanto na execução e fiscalização de tais medidas.

Há que se destacar que, nesse aspecto, a instância local ganha destaque, pois “[...] se constitui de um importante condicionante, não mais para a elaboração das políticas públicas, mas para a efetivação destas, desde a eficácia da realização da ação até os diversos interesses específicos que esta ação desperta nas pessoas direta ou indiretamente envolvidas” (BONETI, 2006).

A efetividade, a eficácia e a eficiência das políticas públicas²², desse modo, poderão ser melhor alcançadas se buscadas em âmbito local, onde as pessoas estão mais próximas umas das outras, onde o sentido de identidade pode ser ainda preservado e onde os próprios moradores podem definir quais são as suas necessidades. Assim, as políticas públicas para a televisão, para serem efetivas, devem também partir dessas premissas. A própria população, por meio de espaços democráticos, poderá escolher o que ela quer ver na televisão.

²² A efetividade das políticas públicas pode estar representada pela sua real existência; a eficácia, pela atribuição de resultados; e a eficiência, pela sua relação entre custo e benefício (SCHMIDT, João Pedro. Capital social e políticas públicas: desafios contemporâneos. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2003).



Nesse sentido, há que se lutar contra discriminações que ocorrem em razão do sexo da pessoa, da instrução ou de rendimentos, pois elas acabam interferindo, também, na possibilidade de participação na tomada de decisões sociais, como na elaboração de políticas públicas para a televisão.

É preciso munir-se dos fundamentos que as ciências sociais permitem para desmascarar uma tentativa de monopolização do pensamento. A descoberta da existência da violência simbólica nas relações sociais é, portanto, uma consequência de um desvelar que a sociologia nos permite.

Deve-se, então, formular uma política pública que refreie a influência da televisão na vida de cada cidadão, impedindo que ocorra a monopolização da informação e a homogeneidade de pensamentos, pois elas figuram como alimento para a violência simbólica. A busca por políticas públicas para a televisão, no entanto, não se mostra fácil, pelo contrário. Note-se que, segundo Marcondes Filho (MARCONDES, 1989, p. 87), na metade do século XIX, o campo jornalístico transformou-se de veículo político em empresa com fins lucrativos, determinando o que é importante para a sociedade civil.

A transmissão da informação está associada, assim, ao capital econômico, de sorte que somente poderá ocorrer uma liberdade de manifestação pela sociedade se tal união for rompida.

É preciso construir alternativas para que o capital econômico não determine a liberdade política, de modo a evitar que se consinta com a ideia de que grandes emissoras controlem o pensar social, desrespeitando com isso a possibilidade de efetivação de uma sociedade democrática. Como medida mostra-se a formação de uma imprensa alternativa, contudo essa situação, em que pese pareça ser promissora, esbarra nos obstáculos criados pela falta de capital econômico. Não se pode pensar em formar uma mídia alternativa sem investimento financeiro. Nesse sentido, há que se compreender que o capital econômico mostra-se importante. O que não se pode permitir é que ele dite as regras. Entretanto, diante da impossibilidade de, muitas vezes, adquirir capital econômico para poder implementar conteúdo diversificado para a televisão, é que a ideia de Marcondes Filho parece boa, mas não concretizável. Por isso é que a reivindicação de políticas públicas para controlar a ação da empresa mídia apresenta-se como mais viável.

Para modificar esse quadro, então, é preciso implementar políticas públicas para a televisão no Brasil, de modo que se possam incluir milhões de brasileiros



que estão à margem do direito à informação e à comunicação por meio do estímulo à diversidade e à pluralidade na produção de conteúdos (GARCEZ, 2005, p. 128).

REFERÊNCIAS

APDSI. Associação para desenvolvimento e promoção da Sociedade da Informação. **Glossário da Sociedade da Informação**. Outubro 2005. 05 de julho de 2006. Disponível em: <http://www.icp-anacom.pt/streaming/Estudo_LexicoSI.pdf?categoryId=98121&contentId=302646&field=ATTACHED_FILE>. Acesso em: 20 nov. 2007.

BARBOSA, Bia; BRANT, João. **Direitos humanos e comunicação democrática: o que vem antes?** Disponível em: <http://www.reporterbrasil.org.br/documentos/direitos_humanos_comunicacao.pdf>. Acesso em: 15 nov. 2007.

BONETI, Lindomar Wessler. **Políticas públicas por dentro**. Ijuí: UNIJUÍ, 2006.

BOURDIEU, Pierre. **Os usos sociais da ciência: por uma sociologia clínica do campo científico**. São Paulo: UNESP, 2004.

_____. **O poder simbólico**. 6. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003.

_____. **Meditações pascalianas**. Tradução de: Sergio Miceli. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001.

_____. **Contrafogos: táticas para enfrentar a invasão neoliberal**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1998.

_____. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

_____. A opinião pública não existe. In THIOLENT, Michel. **Crítica metodológica, investigação social e enquete operária**. São Paulo: Polis, 1985.

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil: promulgada em 05 de outubro de 1988**. Atualizada até a Emenda Constitucional n.º 91. São Paulo: Saraiva. 2016.

BRASIL, Lei n. 4117, de 27 de agosto de 1962. Institui o Código Brasileiro de Telecomunicações. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**. Brasília, DF. 05 out. 1962. Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L4117.htm>. Acesso em: 24 ago. 2006.

BUCCI, Eugênio. A mídia pública e sua função social. In: DINES, Alberto (org.). **Mídia, comunicação pública e participação social: IX Seminário de Comunicação Banco do Brasil**. Brasília: Banco do Brasil, 2004.



CARVALHO FILHO, Luís Francisco. Mídia, violência e sistema penal. **Revista Brasileira de Ciências Criminais**. São Paulo, ano 11, n. 42, p. 235, jan./mar., 2003.

CASTELLS, Manuel. **O poder da identidade**. São Paulo: Terra e Paz, 1999.

CHAMPAGNE, Patrick. **Formar a opinião: o novo jogo político**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.

COMPARATO, Fábio Konder. A democratização dos meios de comunicação de massa. In: BUCCI, Eugênio (org.). **A TV aos 50: criticando a televisão brasileira no seu cinquentenário**. São Paulo. Fundação Perseu Abramo. 2003. p. 183-201.

_____. É possível democratizar a televisão? In: NOVAES, Aduato. **Rede imaginária: televisão e democracia**. São Paulo: Companhia das Letras, Secretaria Municipal de Cultura, 1991.

CONVENÇÃO AMERICANA DE DIREITOS HUMANOS, DE 22 DE NOVEMBRO DE 1969. Disponível em: https://www.cidh.oas.org/basicos/portugues/c.convencao_americana.htm. Acesso em: 09 jun. 2015.

CUNHA, Antônio Geraldo da. **Dicionário etimológico: nova fronteira da língua portuguesa**. 2. ed. Rio de Janeiro: Nova fronteira. 2001.

DANTAS, Marcos. **A lógica do capital-informação: A fragmentação dos monopólios e a monopolização dos fragmentos num mundo de comunicações globais**. 2. ed. Rio de Janeiro: Contraponto, 2002.

DECLARAÇÃO DE DIREITOS DO HOMEM E DO CIDADÃO, DE 26 DE AGOSTO DE 1789. Disponível em: http://pfdc.pgr.mpf.mp.br/atuacao-e-conteudos-de-apoio/legislacao/direitos-humanos/declar_dir_homem_cidadao.pdf. Acesso em: 09 jun. 2015.

DECLARAÇÃO UNIVERSAL DOS DIREITOS HUMANOS. Disponível em: http://www.mj.gov.br/sedh/ct/legis_intern/ddh_bib_inter_universal.htm. Acesso em: 04 ago. 2005.

DIZARD JÚNIOR, Wilson. **A nova mídia: comunicação de massa na era da informação**. Tradução de: Antonio Queiroga e Edmond Jorge. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2000.

FARIAS, Edilsom. **Liberdade de expressão e comunicação: teoria e proteção constitucional**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2004.

GARCEZ, José Roberto. O direito à comunicação: necessidade de uma política pública para promover a inclusão social. In: **Inclusão social**. v. I, n. 1, (out. 2005/mar. 2006). Brasília; Instituto Brasileiro de Informação e Ciência e Tecnologia, 2005.



GUARESCHI, Pedrinho.. A realidade da comunicação: visão geral do fenômeno. In: GUARESCHI, Pedrinho (org.). **Comunicação e controle social**. 2 ed. Petrópolis: Vozes. 1993.

_____. Comunicação & poder. A presença e o papel dos meios de comunicação de massa estrangeiros na América Latina. Petrópolis: Vozes, 1985.

HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural da esfera pública**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1983.

INTERVOZES. Coletivo Brasil de Comunicação Social. **TV digital: decisão em ano eleitoral revela os interesses dos que não querem democratizar as informações**. Março de 2006. Disponível em: <<http://www.intervozes.org.br/arquivos/TVDigital02.pdf>>. Acesso em: 19 set. 2006.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Tradução: Carlos Irineu da Costa. São Paulo: 34, 1999.

LUHMANN, Niklas. **La realidad de los medios de masas**. México: Universidad Iberoamericana, 2000.

MARCONDES FILHO, Ciro. **O capital da notícia**. 2. ed. São Paulo: Ática, 1989.

MARX, Karl. **O capital: crítica da economia política**. 23. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2006.

MATTELART, Armand. **História da sociedade da informação**. Tradução de: Nicolás Nyimi Campanário. 2. ed. São Paulo: 2002.

MOYSÉS. Diogo; BRANT, João. **Direito à comunicação: ainda um horizonte longínquo**. Disponível em: <<http://www.social.org.br/relatorio2004/relatorio034.htm>>. Acesso em: 02 nov. 2007).

PERUZZO, Cicília M. Krohling. Direito à comunicação comunitária, participação popular e cidadania. In: MELO, José Marques de.; TARSITANO, Paulo Rogério.; GOBBI, Maria Cristina.; SATHLER, Luciano. (org.). **Sociedade do conhecimento: aportes latino-americanos**. São Bernardo do Campo: UMESP: Cátedra Unesco para o Desenvolvimento Regional, 2005.

RAMONET, Ignácio. **A tirania da comunicação**. 2002. Disponível em: <WWW.SABOTAGEM.REVOLT.ORG>. Acesso em: 02 nov. 2007.

RAMONET, Ignacio. O quinto poder. In: **Le monde diplomatique**. Outubro de 2003. Disponível em: <<http://diplo.uol.com.br/2003-10,a764>>. Acesso em: 31 out. 2007.

RIOS, Roger Raupp. **Ordem econômica, sociabilidade e os mass media na Constituição da República de 1988**. Disponível em:



<<http://www6.ufrgs.br/ppgd/doutrina/rios1.htm>>. Acesso em: 31 out. 2007.

REPÓRTER BRASIL. **Entrevista com Laurindo Leal Filho**. Disponível em: <http://www.fndc.org.br/internas.php?p=noticias&cont_key=176293>. Acesso em: 02 nov. 2007

ROCCO, Maria Thereza Fraga. As palavras na TV: um exercício autoritário? In: NOVAES, Aduato. **Rede imaginária: televisão e democracia**. São Paulo: Companhia das Letras, Secretaria Municipal de Cultura, 1991.

RÜDIGER, Francisco. **A trajetória de comunicação como campo de conhecimento científico: balando de final de século**. Artigo. 2007. policopiado e não publicado.

SCHMIDT, João Pedro. Capital social e políticas públicas. In: **Direitos sociais e políticas públicas: desafios contemporâneos**. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2003.

SORJ, Bernardo. **A democracia inesperada: cidadania, direitos humanos e desigualdade social**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2004.

SUBTIL, Filipa. **Uma teoria da globalização Avant la Lettre: tecnologias da comunicação, espaço e tempo em Harold Innis**. Disponível em: <<http://bocc.ubi.pt/pag/subtil-filipa-teoria-globalizacao.html>>. Acesso em: 25 out. 2007.

VIAL, Sandra Regina Martini. O direito fraterno: uma análise da inclusão/exclusão na sociedade hodierna. In: **Direitos sociais & políticas públicas**. Desafios contemporâneos. Tomo 5. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2005. p. 1494-1495.

VIEIRA, Liszt. Cidadania e controle social. In: PEREIRA, Luiz Carlos Bresser; GRAU, Nuria Cunill (org.). **O público não-estatal na reforma do Estado**. Rio de Janeiro: Fundação Getulio Vargas, 1999.

WOLTON, Dominique. **Pensar a comunicação**. Brasília: Universidade de Brasília, 2004.