

A influência da internet na construção de movimentos sociais em defesa da democratização das comunicações e da sua regulamentação no Brasil

FRANCIELI PUNTEL RAMINELLI
LETÍCIA BODANESE RODEGHERI
MÁRCIA SAMUEL KESSLER
RAFAEL SANTOS DE OLIVEIRA

Sumário

1. Introdução. 2. Os meios de comunicação na sociedade em rede do século XXI. 3. A legislação existente no Brasil para a regulamentação das comunicações. 4. Movimentos sociais e a democratização dos meios de comunicação. 5. Conclusão.

Francieli Puntel Raminelli é mestranda e graduada em Direito pela Universidade Federal de Santa Maria.

Letícia Bodanese Rodegheri é mestranda e graduada em Direito pela Universidade Federal de Santa Maria.

Márcia Samuel Kessler é mestranda em Direito e Graduada em Ciências Contábeis e Direito pela Universidade Federal de Santa Maria.

Rafael Santos de Oliveira é doutor em Direito pela Universidade Federal de Santa Catarina e Professor Adjunto da Universidade Federal de Santa Maria.

1. Introdução

Assuntos relacionados com os meios de comunicação sempre estiveram em pauta no que se refere ao acesso às notícias, formas de publicação, escolha de conteúdos ou, ainda, a titularidade de exploração. No Brasil, especialmente após a discussão sobre a não recepção da Lei de Imprensa (Lei nº 5.250/67) pela Constituição Federal de 1988 e a emergência de uma era globalizada, permeada pelo advento e utilização das Novas Tecnologias de Informação e Comunicação (NTICs), em especial a Internet, a temática tem sido cada vez mais constante no meio jurídico.

Atualmente, vislumbra-se uma revolução propiciada pela larga utilização da Internet, porque a existência de um espaço em que é permitido a qualquer usuário publicar conteúdos, manifestar opiniões e compartilhar conhecimentos favorece a existência de novas formas de comunicação entre os cidadãos, jamais vivenciadas até então.

Frente a esse cenário inovador e convidativo à inserção de manifestações e ao acesso a uma gama muito maior de informações do que as fornecidas pelos meios de comunicação tradicionais, a exemplo da televisão, jornal e rádio; cria-se um novo ambiente e também uma nova cultura, em que é permitida a qualquer pessoa, desde que com acesso à Internet, a possibilidade de livre produção de conteúdo.

No entanto, o que se percebe no Brasil é a incipiente regulamentação específica para esses espaços, decorrente da utilização da Internet, em que há a possibilidade de livre emissão de conteúdo (Lei nº 12.965/2014). Ademais, apesar da existência de legislação sobre as Telecomunicações (Lei Geral das Telecomunicações – Lei nº 9.472/97) e Radiodifusão (Decreto nº 7.670/2012), ainda há grande concentração da propriedade dos meios de comunicação entre poucos titulares, o que é confrontado por diversos movimentos sociais.

Verifica-se, portanto, a existência de indivíduos que, isolados ou organizados em movimentos sociais, manifestam-se em *sites*, redes sociais *online*, *blogs* e outros ambientes (inclusive *off-line*), no sentido de democratizar e descentralizar o controle, a produção e a circulação das informações no Brasil. Diante desse contexto, questiona-se: como a Internet contribui para o debate sobre os meios de comunicação no Brasil e para a defesa ou ampliação dos direitos de liberdade de expressão e informação?

Com a finalidade de responder a esse questionamento, o presente artigo objetiva verificar quais são os movimentos representativos desse setor no Brasil e como o debate na Internet sobre essa temática tem repercutido, especialmente para fins de regulamentação das comunicações no Brasil. Para tanto, empregou-se o método de abordagem dedutivo e o método de procedimento monográfico (estudo de caso),

ao se analisar como a legislação brasileira está posta e, posteriormente, como se dão alguns dos principais movimentos sociais organizados de forma *online* em torno desse tema. Ainda, utilizaram-se as técnicas de pesquisa bibliográfica, documental e de observação direta em *sites* específicos.

O artigo foi dividido em três tópicos centrais. No primeiro, analisaram-se as principais características dos meios de comunicação no Brasil, conferindo-se destaque às peculiaridades decorrentes das NTICs. No segundo, o objeto centrou-se na avaliação da legislação brasileira no que concerne aos meios de telecomunicações e radiodifusão, bem como à Lei nº 12.965/2014, que estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da Internet no Brasil. Além disso, coteja-se a referida lei com alguns dispositivos da *Ley de Medios* da Argentina, a qual foi aprovada em 2009 e demonstra formas de relativização da propriedade dos meios de comunicação. Por fim, analisaram-se alguns dos movimentos sociais na Internet em defesa da democratização e descentralização dos meios de comunicação, quais sejam: o Centro de Estudos da Mídia Alternativa Barão de Itararé, o Observatório do Direito à Comunicação e o Projeto de Lei de Iniciativa Popular da denominada “Lei da Mídia Democrática” no Brasil.

2. Os meios de comunicação na sociedade em rede do século XXI

Manuel Castells (1999) afirma que, em uma sociedade em rede calcada na relevância da informação, deter a capacidade de transmiti-la transforma-se em um poder. Esse poder é capaz de manter a liberdade de expressão dos cidadãos e dos jornalistas, atendendo aos preceitos constitucionais, ou, então, pode contribuir para a existência de um oligopólio, que centraliza a propagação das informações.

No Brasil, apesar da previsão legal e constitucional – que será abordada abaixo –, não é satisfatória a forma de distribuição das concessões dos meios de comunicação, justamente por estar centrada em poucos detentores, os quais dominam as temáticas, pautas e, até mesmo, o rumo das eleições no país¹. Ainda, há a figura dos chamados “marqueteiros”, que constituem uma categoria social com o nível de planejadores e dirigentes dos temas e problemas da sociedade e da política no final do século XX. Tais atores “[...] ocupam todos os espaços possíveis na mídia eletrônica e não eletrônica, ‘cuidam’ da formação da opinião pública e controlam sua reação; formulam as agendas de temas e proposições dos políticos” (GOHN, 2013, p. 153).

Isso demonstra que o cenário comunicacional do país está fortemente marcado por interesses políticos e econômicos, havendo influência direta na construção de pautas e de assuntos considerados mais importantes a serem transmitidos e informados à população. Essa postura pode lesionar direitos fundamentais dos cidadãos, a exemplo do direito à liberdade de expressão e de comunicação, em virtude da restrição de acesso aos conteúdos.

Deve-se recordar que o direito à liberdade de expressão não é restrito aos jornalistas que, em geral, detêm o dever de informar; pois, previsto na Constituição Federal de 1988², é aplicável a todas as relações jurídicas e sociais, independente de profissão ou *status* social da pessoa. Nunes Júnior (1997, p. 31) classifica o direito de informação em três níveis, a saber:

“Direito de informar – faculdade de veicular informações. Permitido a todo indivíduo veicular as informações que julgar pertinentes.

Direito de se informar – faculdade de o indivíduo buscar as informações desejadas sem qualquer espécie de impedimento ou obstrução.

Direito de ser informado – faculdade de ser mantido integral e corretamente informado. Está relacionado aos assuntos relativos às atividades do Poder Público.”

¹ Venício Lima aponta uma ruptura ocorrida com a “grande mídia” com a eleição para presidente de Luiz Inácio Lula da Silva em 2006, já que os resultados das eleições não foram previstos e eram considerados improváveis pela quase unanimidade dos colonistas. Em sentido contrário, “[...] das análises referentes às eleições de 1989, quando Lula perdeu a disputa para Fernando Collor de Mello, em 2006 houve um relativo consenso de que o candidato eleito (Lula) não era o ‘preferido’ pelos principais grupos de mídia. Além disso, nas comemorações populares após a divulgação do resultado do segundo turno, surgiram faixas nas ruas com os dizeres ‘O povo venceu a mídia’” (LIMA, V., 2011, p. 149-150).

² A Constituição Federal de 1988 trata da liberdade de expressão no artigo 5º, inciso IX – “é livre a expressão da atividade intelectual, artística, científica e de comunicação, independentemente de censura ou licença”; artigo 5º, inciso XIV – “é assegurado a todos o acesso à informação e resguardado o sigilo da fonte, quando necessário ao exercício profissional; e no artigo 220, *caput* – “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” (BRASIL, 1988).

José Afonso da Silva (1992, p. 221-225) trata da liberdade de expressão conexa com outro direito fundamental, mais amplo, qual seja, a liberdade de comunicação, entendida como as formas de criação, expressão e manifestação do pensamento, de informação, bem como a organização dos meios de comunicação. Assim, a liberdade de comunicação seria um gênero, do qual emergem como espécies as liberdades de expressão do pensamento, de informação em geral, de informação jornalística e a disciplina dos meios de comunicação.

O que se observa no Brasil, entretanto, é que a disciplina dos meios de comunicação e da informação jornalística estão restritas a poucos detentores, ao passo que a liberdade de expressão do pensamento e da informação em geral é mitigada nesses meios de comunicação tradicionais (televisão, rádio, jornal), justamente em virtude de interesses dos emissores. É o que Venício Lima chama de *coronelismo eletrônico*, um fenômeno urbano do Brasil da segunda metade do século XX que persiste na atualidade, mesmo após a promulgação da Constituição Federal de 1988. É, de acordo com o autor, um tipo de poder não coercitivo, mas criador de consensos políticos, porque

“são esses consensos que facilitam (mas não garantem) a eleição (e a reeleição) de representantes – em nível federal, deputados e senadores – que, por sua vez, permitem circularmente a permanência do coronelismo como sistema” (LIMA, V., 2011, p. 105).

Consoante o entendimento de Venício Lima, a moeda de troca continua sendo o voto, como no coronelismo de antigamente, mas baseado no controle da informação, ou seja, na capacidade de influir na formação da opinião pública (LIMA, V., 2011, p. 106). Essa forma de controle e de atuação das mídias tradicionais evidencia a necessidade de repensar a sua relação com o Poder Público, especialmente quando se trata de um direito básico e inerente ao cidadão: o direito à liberdade de expressão.

Revela-se interessante observar a forma como se dá a distribuição das verbas publicitárias pela administração direta e indireta federal. Segundo dados divulgados pela Secretaria de Comunicação (Secom), em 2012, 62% (sessenta e dois por cento) das verbas foram alocadas para empresas de mídia televisiva. Desse percentual, 43% para a Globo Comunicação e Participações S.A.. Meios de comunicação como a Internet possuem um crescimento de investimentos programados de cerca de 580% desde 2002, perfazendo um investimento de 5,32% do total dos valores programados para execução de despesas, estimados em R\$ 1.797.000.000,00 (BRASIL, 2012a).

De acordo com Roberto Bocorny Messias, secretário-executivo da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, os esforços

têm sido realizados no sentido de desenvolvimento de uma política de gestão na contratação de mídia, através de uma prática baseada em critérios técnicos de distribuição de recursos com a desconcentração e regionalização de suas ações de comunicação (MESSIAS, 2013). Entretanto, apesar desse posicionamento de desconcentração e regionalização das ações de comunicação, os dados apresentados refletem uma grande concentração de recursos publicitários em empresas de mídia televisiva. Isso porque, dos R\$ 1,126 bilhão programados para investimento em televisão, R\$ 495,2 milhões foram destinados à Rede Globo e R\$ 174 milhões, à Rede Record (MESSIAS, 2013).

A concentração de investimentos publicitários reflete uma maior destinação de recursos públicos a um grupo limitado de empresas midiáticas televisivas. Esses investimentos demonstram o poder político desfrutado por essas corporações e também lhes conferem poder econômico e o próprio poder de seleção das informações a serem divulgadas à população. Essa é uma postura que se apresenta contrária aos ideais democráticos de pluralidade de opiniões e ideologias, restringindo a liberdade de informação da população.

Permite-se que um grupo pequeno de empresas e seus administradores sejam capazes de determinar, por exemplo, a agenda de assuntos na pauta de discussões, restringindo o foco sobre aspectos que interessem a essas elites. Elites essas que, desrespeitando previsão constitucional (artigo 54, II, *a*, Constituição Federal de 1988³), acumulam cargos políticos e a propriedade e/ou direção de empresas concessio-

nárias de serviço público de comunicação. Em pesquisa realizada por Cruz e Wiziack (2011), 56 dos 594 congressistas brasileiros são sócios ou possuem parentes em posição de comando em empresas midiáticas.

Com isso, utilizam-se dos meios de comunicação para melhor determinar os assuntos que serão pautados e discutidos. Como afirma Santos (1998 apud Guareschi 2007, p. 16) “[...] quem tem poder para difundir notícias, tem poder para manter segredos e difundir silêncios. Tem poder para decidir se o seu interesse é mais bem servido por notícias ou por silêncio”.

Há, ainda, no âmbito da radiodifusão brasileira, uma concentração de poder que toma forma por meio de oligopólios que buscam exercer a dominação sobre as massas, as quais podem contentar-se com os produtos culturais que lhes são apresentados (KOFF, 2003, p. 37). Quando se observa um posicionamento reacionário, em forma de um movimento contra-hegemônico, ocorre a subversão da lógica de um público tão somente consumidor dos produtos midiáticos, capaz de propor novos comportamentos e mudanças, diante de um “ideal comunitário” (NUSSBAUMER, 2000, p. 67).

Essas informações demonstram a existência de contradições no que se refere às comunicações no Brasil. Isso porque há, de um lado, a regulamentação das comunicações e, no entanto, a propriedade dessas por uma pequena parcela da população, a qual tem o poder de restrição das publicações e difusão das informações. Por outro lado, há um novo meio de comunicação altamente interativo (Internet), que permite a horizontalidade das relações, sendo possível a qualquer pessoa a leitura, inserção e divulgação de informações e dados, porém sem a devida regulamentação.

Com o desenvolvimento da sociedade e o aprimoramento das técnicas, os meios de comunicação cresceram em número e em qualidade.

³“Art. 54. Os Deputados e Senadores não poderão: I – desde a expedição do diploma: a) firmar ou manter contrato com pessoa jurídica de direito público, autarquia, empresa pública, sociedade de economia mista ou empresa concessionária de serviço público, salvo quando o contrato obedecer a cláusulas uniformes” (BRASIL, 1988).

De fato, atualmente, não há mais apenas jornais, rádio e televisão, ou seja, informação veiculada de forma impressa ou por meios audiovisuais. Há veiculação de informações com os recursos disponibilizados pelos meios cibernéticos.

A cibernética, especialmente no que concerne à Internet, tem atuado como um meio de comunicação de fácil acesso a todos⁴ que, pelas suas peculiaridades, pode alterar essa lógica de dominação e concentração das comunicações e estimular a liberdade de expressão ou comunicação. Essas considerações são reforçadas pelos últimos estudos realizados sobre o cenário digital no país. De acordo com a Pesquisa sobre o uso das Tecnologias de Informação e Comunicação no Brasil, promovida pelo Comitê Gestor da Internet no Brasil, TIC Provedores (PESQUISA..., 2012, p. 31), observa-se que de 2005 a 2010, o número de usuários de Internet no Brasil cresceu de 24% para 45% da população. No *market share* dos provedores da Internet, identificaram-se seis grandes provedores de acesso (com mais de 900 mil clientes), os quais correspondem a 78% do mercado de serviço prestado (PESQUISA..., 2012, p. 28).

Esse crescente índice de acesso à Rede no país denota a importância e a necessidade de existência de espaços em que possa ocorrer

⁴De acordo com a pesquisa do Comitê Gestor da Internet no Brasil, dentre a população com 10 anos ou mais, 55% não são usuários de Internet, estando 55% localizados na área urbana e 82% na área rural. Por isso, no *ranking* internacional da União Internacional de Telecomunicações (UIT) sobre o uso da Internet, o Brasil ocupa a 81ª colocação na comparação com mais de 200 países das Nações Unidas (PESQUISA..., 2012, p. 177). O grande problema que se coloca à frente do Brasil, no tocante à posse e ao uso das NTICs, reside nas severas desigualdades sociais em relação à distribuição do acesso à Internet e ao uso do computador, mostrando-se imperioso que as desigualdades entre as regiões sejam reduzidas: “Portanto, um dos desafios centrais para a inserção efetiva na sociedade da informação e do conhecimento é levar a infraestrutura tecnológica às regiões mais distantes e economicamente desfavorecidas para que, independente do município ou renda familiar, qualquer cidadão tenha acesso à Internet com qualidade e preços competitivos” (PESQUISA..., 2012, p. 178).

um verdadeiro debate público, sem o direcionamento de opiniões por interesses políticos e econômicos. O baixo custo, o fácil acesso, a transposição de barreiras temporais e territoriais, a simplicidade de uso e a possibilidade de manifestação de forma unilateral, multidirecional e sem filtros (em regra) demonstram um potencial altamente democrático da Internet, que tende a reforçar o debate sobre o controle e a propriedade dos meios de comunicação no país.

Diante de tais características, a Internet tem o condão de favorecer a criação e o desenvolvimento de projetos coletivos ou individuais, apresentação de ideias, bem como a mobilização de outros indivíduos para determinada causa ou matéria específica. Tudo isso está relacionado às mais variadas temáticas, desde que do interesse dos internautas, os quais têm a liberdade de circular pelos mais diversos *sites*, *blogs*, redes sociais *online*, entre outros espaços.

É claro que, embora a Internet favoreça um ambiente democrático e que possa conciliar diversas opiniões, não se propõe o fim dos meios de comunicações tradicionais. Conforme Gustavo Cardoso, há a possibilidade de coexistência dos mais variados formatos de publicações, sendo que o jornalismo “[...] continua a ser uma profissão presente nas nossas sociedades e a maior parte da informação noticiosa (sic) que hoje usufruímos continua a vir das relações jornalísticas” (CARDOSO, 2007, p. 188).

Há também muita discussão em torno da excessiva quantidade de informações disponíveis (um “superinformacionismo”) aos internautas que, de forma desorganizada, pode acabar não construindo um espaço de maior participação e debate, mas um local em que o indivíduo, atordoado em meio a tantas fontes e dados, nem sempre sabe selecionar informação com credibilidade e, por conseguinte, não sabe se pode confiar naquilo que está publicado.

Essa grande gama de dados e informações também revela a necessidade de reflexão sobre a confiabilidade do que é publicado na Rede. De fato, em muitos casos, diante das facilidades de acesso e de postagem, há a publicação de informações inverídicas. Assim, as informações disponíveis na Rede devem passar por um filtro prévio – nem que seja do próprio usuário. Essa é outra razão para que a utilização da Internet ocorra de forma complementar aos meios de comunicação tradicionais, principalmente porque a sociedade ainda não está preparada para a participação total e igualitária na Rede, em razão de o acesso ainda não ser universal no Brasil, bem como pela necessidade de educação digital.

Todavia, apesar desses aspectos, não se pode negar que a emergência e utilização da Internet trazem à tona a necessidade de que também os aspectos legislativos possam influenciar, de forma inovadora, em um maior desenvolvimento da liberdade de expressão da população e, conseqüentemente, maior descentralização dos meios de comunicação, a exemplo da *Ley de Medios*, promulgada pelo Congresso da Argentina, em 2009. Inicia-se, entretanto, com a análise da legislação brasileira atinente à regulamentação dos meios de comunicação existentes no Brasil, destacando-se aspectos que podem ser alterados com a finalidade de promover maior inserção social.

3. A legislação existente no Brasil para a regulamentação das comunicações

Frente ao contexto informacional em que a sociedade atual está inserida e diante das possibilidades proporcionadas pela Internet, percebe-se um avanço na utilização das novas tecnologias e o conseqüente desenvolvimento do ciberativismo, em que os movimentos sociais ganham, cada vez mais, espaços de manifestação. Isso evidencia a concretização do direito fundamental à liberdade de expressão, contido no artigo 5º, inciso IX, e no artigo 220, §1º (BRASIL, 1988), da CRFB.

A consagração da liberdade de expressão como um direito fundamental dos cidadãos demonstra sua importância para os regimes democráticos. Assim, se, de acordo com Comparato (2001), os direitos à informação e à liberdade de expressão exercem-se por meio dos veículos de comunicação, é necessária a devida regulamentação desses mecanismos, com o fim último de que sejam respeitados os direitos fundamentais dos cidadãos, mediante uma crescente democratização.

Ao contrário da realidade de outros países – a exemplo da legislação argentina, que será analisada abaixo –, no Brasil não existe uma legislação unificada capaz de regular a prestação de serviços referentes à televisão, rádio, jornais e Internet. Por possuir uma estrutura jurídica singular, os

diferentes meios de comunicação são regulados por legislações distintas. Em certos casos, por terem sido elaboradas e promulgadas em períodos ditatoriais, essas regras não se adequam às aspirações democráticas. De fato, a construção de algumas leis em determinados períodos de repressão acarretou, inclusive, a declaração de inconstitucionalidade de algumas delas.

As legislações infraconstitucionais regulamentadoras das atividades dos meios de comunicação, assim como de todas as outras leis, devem ser interpretadas sob a ótica da atual Constituição Federal de 1988, com respeito aos direitos e deveres constitucionalmente previstos. No pertinente às telecomunicações, até o ano de 1988, a atividade de radiodifusão era regulada pela Lei de Imprensa (Lei nº 5.250/67) e pelo Código Brasileiro de Telecomunicações - CBT (Lei nº 4.117/62). No ano de 1997, promulgou-se a Lei Geral de Telecomunicações (Lei nº 9.472/97), a qual passou a regular os serviços de radiodifusão⁵ e revogou alguns artigos do CBT.

Ocorre que a Lei de Imprensa, promulgada em 1967, sob a égide de um período ditatorial, destoava dos ditames da Constituição de 1988, de modo que se tornou necessária uma análise acerca do cabimento de sua recepção pela atual ordem democrática brasileira. Dessa forma, o Supremo Tribunal Federal, na ADPF nº 130, julgou, em 2009, por sete votos a quatro, a inconstitucionalidade da Lei de Imprensa (Lei nº 5.250/67) (BRASIL, 1999). Com a exclusão dessa lei do ordenamento jurídico brasileiro, geraram-se algumas lacunas legislativas, a exemplo do direito de resposta, previsto no artigo 5º, V, da Constituição Federal (BRASIL, 1988), o qual resta sem uma regulamentação

⁵ Conforme definição do Ministério das Comunicações, “radiodifusão é o serviço de telecomunicações que permite a transmissão de sons (radiodifusão sonora) ou a transmissão de sons e imagens (televisão), destinados ao recebimento direto e livre pelo público” (BRASIL, s.d.).

clara acerca da forma de seu exercício⁶. Resta, assim, ao Poder Judiciário definir, em ações individuais, como se deve dar o exercício desse direito (BRASIL, 2009).

Em relação aos aspectos civil e penal referentes a eventuais danos causados ao usuário, tanto os meios de comunicação como os jornalistas mantêm o dever de responsabilização. O direito do usuário à indenização por danos causados em decorrência de publicações nos meios de comunicações está configurado no artigo 3º, XII, da Lei Geral de Telecomunicações (LGT - Lei nº 9.472/97), ao prever que “o usuário de serviços de telecomunicações tem direito: XII - à reparação dos danos causados pela violação de seus direitos” (BRASIL, 1997). Dessa forma, as indenizações por danos patrimoniais ou extrapatrimoniais são reguladas pelas regras do Código Civil de 2002, podendo-se responsabilizar tanto o jornalista quanto a empresa de comunicação, de forma solidária⁷. Já quanto aos delitos contra a honra, a responsabilização criminal é restrita ao jornalista⁸.

Quanto às especificidades da regulamentação dos serviços de rádio e televisão, analisando-se o artigo 83 da LGT (BRASIL, 1962) c/c artigo 33, §§ 3º e 4º do CBT (BRASIL, 1997), observa-se que o serviço de radiodifusão, quando prestado em regime público, dependerá de outorga a ser concedida por dez anos para rádio e quinze anos para televisão, sendo

⁶ Em sentido contrário, ver o voto do ministro Celso de Mello, na ADPF 130, cujo entendimento é de que “torna-se desnecessária a intervenção concretizadora do legislador comum” (BRASIL, 2009a, p. 186).

⁷ Ver julgamento de Apelação Cível nº 0101491-95.2010.8.26.0100, do Tribunal de Justiça de São Paulo, Relator(a): Salles Rossi, Comarca: São Paulo, Órgão julgador: 8ª Câmara de Direito Privado, Data do julgamento: 06/02/2013 (SÃO PAULO, 2013b).

⁸ Nesse sentido, a Apelação nº 0006881-47.2011.8.26.0506, do Tribunal de Justiça de São Paulo, Relator(a): Almeida Sampaio, Comarca: Ribeirão Preto, Órgão julgador: 2ª Câmara de Direito Criminal, Data do julgamento: 09/09/2013 (SÃO PAULO, 2013b).

renovável por número ilimitado de vezes. Essa medida coloca em xeque a necessidade de maior transparência nas outorgas realizadas, bem como inviabiliza a pluralidade e renovação das empresas licitantes prestadoras desse serviço.

No caso da exploração de serviços de radio-difusão sonora (rádio), conforme o Decreto nº 7.670/2012, que altera o Decreto nº 52.795/63, a outorga dá-se por meio de ato do Ministro das Comunicações (BRASIL, 2012b). Já em relação à exploração dos serviços de radiodifusão de sons e imagens (televisão), a outorga compete ao Presidente da República (artigo 6º, §§1º e 2º) (BRASIL, 2012b). Ainda, de acordo com artigo 86 da LGT, verifica-se que somente empresas com sede e administração no país podem explorar os serviços de telecomunicações, mediante contrato por prazo determinado (BRASIL, 1997).

Não há previsões de cotas de programação regional e/ou independente a serem obedecidas, sendo a publicidade limitada a 25% (vinte e cinco por cento) da programação (artigo 124, Lei nº 4.117/62) (BRASIL, 1962). Não há limites de cobertura, nem de audiência, conforme afirma Lins (2009), o que também demonstra a ausência de legislação inibidora à concentração das empresas fornecedoras dos serviços de comunicação.

Ao analisar-se a prestação dos serviços de Internet no Brasil, por meio da nota conjunta divulgada pelo Ministério das Comunicações e Ministério da Ciência e Tecnologia, observa-se a diferenciação de regulamentação (BRASIL, 1995). A Internet, no Brasil, desenvolve-se por meio de provedores privados de serviços, organizando-se por redes interligadas, na forma de *backbones*. Estes servem para as atividades dos provedores de acesso, fornecedores de serviços que permitem o acesso dos cidadãos à Internet (BRASIL, 1995). Assim, conforme a LGT, por ser um serviço de valor adicionado,

o acesso à Internet não pode ser prestado por concessionárias do Sistema Telefônico Fixo Comutado, sendo desnecessária, portanto, a concessão de outorga para o funcionamento dos provedores de acesso (BRASIL, 1997). Apenas para a criação de provedores de Serviço de Comunicação Multimídia (SCM) é necessário obter autorização⁹.

Após um intenso processo de discussões legislativas, recentemente, obteve-se a aprovação do Marco Civil da Internet, por meio da Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014 (BRASIL, 2014b), que busca regular o uso da Internet no país, estabelecendo princípios, garantias, direitos e deveres. No artigo 2º da lei aprovada, resta clara a preocupação da legislação em discussão acerca da liberdade de expressão, considerada elemento fundamental para o uso da Internet. Por essa razão, a legislação preconiza ser a liberdade de expressão um dos princípios a serem observados no âmbito da Internet, conforme previsto no artigo 3º, I da referida lei (BRASIL, 2014).

Em relação à indenização por dano material ou moral, verifica-se uma diferença bastante acentuada em relação à previsão da LGT. No Marco Civil da Internet, em seu artigo 19, o provedor de conexão à Internet não pode ser responsabilizado por danos de conteúdo divulgado por terceiros. Sua responsabilização somente ocorrerá se, após ordem judicial específica, não for indisponibilizado o conteúdo violador do direito de terceiros (BRASIL, 2014).

Apesar de essa medida buscar assegurar a liberdade de expressão dos usuários e reduzir a responsabilidade dos provedores, observa-se a disparidade no tratamento acerca dos direitos

⁹O Serviço de Comunicação Multimídia – SCM deve ser explorado nas condições previstas no Regulamento do Serviço de Comunicação Multimídia, aprovado pela Resolução nº 614, de 28 de maio de 2013, e o Regulamento dos Serviços de Telecomunicações, aprovado pela Resolução nº 73, de 25 de novembro de 1998.

dos usuários entre as legislações que regulam os meios de radiodifusão e a Internet. Isso acaba gerando maior cerceamento da liberdade de atuação do jornalista, visto que as indenizações cíveis são de responsabilidade solidária entre a empresa de telecomunicação e o profissional. Prevalece um caráter verticalizado e hierarquizado na transmissão da informação.

No caso da Internet, em se tratando de *sites* jornalísticos, também subsiste a responsabilidade solidária entre a empresa e o jornalista. Entretanto, há um diferencial em relação à indenização para danos sofridos pelo usuário provocados por terceiros em *sites* não jornalísticos como, por exemplo, em *sites* de relacionamento. Nesse caso, havendo danos morais causados a usuários, conforme a previsão do Marco Civil da Internet, as empresas que hospedam a informação não são responsabilizadas pelo conteúdo, desde que atendam às decisões judiciais claras e determinadas no sentido de não disponibilizar eventuais conteúdos que violem o direito de usuários (BRASIL, 2014).

Essa maior liberdade para expressão de ideias, em um processo de horizontalização, maior interatividade e velocidade na propagação da informação por meio da Internet, faz com que a adesão à Rede seja cada vez maior¹⁰. As participações dos cidadãos na criação de *blogs*, *sites* de entidades não governamentais e manifestações em redes sociais *online* como *Twitter* e *Facebook*, fazem com que a organização por meio do ciberativismo ganhe força, promovendo um fortalecimento da liberdade de expressão, conforme visto acima.

Por essa razão, torna-se importante verificar as alternativas adotadas por outros países, como forma de identificação de outras possibilidades de regulamentação, especialmente em razão de a temática de regulação da Internet ainda estar em discussão no país, não havendo, até o presente momento, consenso.

Assim, a título exemplificativo, na Argentina foi promulgada a *Ley de Medios* (Lei nº 26.522/09), em 10 de outubro de 2009, que regula os serviços de comunicação audiovisual no país¹¹. Apontada por Frank La

¹⁰ Ver Howe (2006, tradução nossa) para o qual a adoção das novas tecnologias desenvolve-se de três distintas formas: compreensão da informação como matéria-prima da mudança econômica e política atual; dependência de fatores sociais e educacionais na determinação da geração dos efeitos das novas tecnologias; *crowdsourcing* que permita à população um papel de produção e não somente de consumo da informação, influenciando gestões de informação e formação de valores simbólicos.

¹¹ “Após uma batalha judicial de quatro anos, a Corte Suprema da Justiça argentina declarou constitucional a Lei de Mídia, o que obrigou o Grupo Clarín a se desfazer da maior parte de seus ativos. A corte determinou que são constitucionais os Artigos 41, 45, 48 e 161 da Lei de Mídia, que eram contestados pelo Clarín. Os artigos limitam as empresas a apenas 24 licenças de TV a cabo, impedem que uma companhia de mídia tenha de forma simultânea um canal de TV a cabo e outro de TV aberta e estipula que a transferência de licenças de um empresário para outro deve passar pelo crivo estatal. Além disso, a corte considera que a lei já está em vigência total. Dessa forma, acabou o prazo para a venda dos

Rue, relator especial das Nações Unidas para a Liberdade de Opinião e de Expressão, como uma legislação avançada e modelo para todo o continente, a *Ley de Medios* destaca-se por promover a liberdade de expressão e o pluralismo dos meios de comunicação e de ideias (PEIXOTO, 2012).

Em estudo desenvolvido por Lins (2009), demonstra-se que a nova lei argentina sobre os meios audiovisuais regula a outorga de licenças de operação, o monitoramento da qualidade do serviço prestado e o atendimento de critérios de pluralismo, ética, divulgação de informações de interesse público e de produção local. O processo de concessão de licenças possui limite de dez anos, admitindo-se somente uma renovação. Após, abre-se novo processo licitatório, sendo a escolha realizada com base em critérios pré-definidos no edital de seleção (LINS, 2009).

Além disso, são estabelecidos limites aos números de outorgas em âmbito nacional e local, conforme previsão do artigo 45 da referida lei argentina (ARGENTINA, 2009). Tal medida busca evitar a formação de oligopólios da comunicação no país, permitindo uma maior diversidade de empresas prestadoras de serviço, ao limitar a 35% da população do país o total de licenças detidas por um mesmo outorgado. Em relação à veiculação de publicidade, o limite é de 12 minutos/hora de propagandas na televisão aberta (para outros canais são determinados outros limites) e sua produção deve ser integralmente realizada em território argentino. Há limites à publicidade voltada às crianças, bem como ao tabaco, álcool, medicamentos e jogos de azar, conforme artigo 81 (ARGENTINA, 2009).

A lei argentina destaca-se por três aspectos principais: constitui-se em marco legal que independe da tecnologia ou natureza de serviço de comunicação audiovisual; simplifica os procedimentos administrativos e a regulação dos serviços; limita a concentração do mercado e promove o pluralismo (LINS, 2009).

Esses destaques demonstram que ainda há o que se mudar em termos legislativos no que se refere à promoção da liberdade de expressão no Brasil, modernizando-se os dispositivos infraconstitucionais e permitindo uma maior eficácia em âmbito social. Por essa razão, na seção seguinte objetiva-se apresentar exemplos práticos por meio dos quais se busca a ampliação do direito à liberdade de expressão e almeja-se maior descen-

canais de TV considerados “excedentes”. Com a decisão da Justiça, o Grupo Clarín terá de vender vários de seus canais de TV e estações de rádio imediatamente. O Grupo Clarín emitiu um comunicado no qual afirma que acata a decisão da Justiça, mas não descarta a possibilidade de recorrer a tribunais internacionais. Segundo o Clarín, a decisão “violenta direitos adquiridos, tal como reconheceram três membros da corte”, em referência à suspensão drástica das licenças que o grupo tem. O grupo também destaca que proibir meios de comunicação que não usam o espectro radioelétrico (no caso dos canais de TV a cabo), “equivale a proibir um jornal ou um *site* de internet, fato que implica censura prévia para a Constituição e tratados internacionais” (PALACIOS, 2013). Para maiores informações <<http://www.cij.gov.ar/adj/pdfs/ADJ-0.277923001383056698.pdf>>.

tralização dos meios de comunicação no Brasil. Isso ocorre, em grande medida, através do cibervivismo de movimentos sociais (na Internet).

4. Movimentos sociais e a democratização dos meios de comunicação

O direito à informação está expressamente garantido pela Constituição Brasileira de 1988 e pode ser considerado “a base da vida” e “das relações humanas e sociais” (GONÇALVES, 2003, p. 17). Isso porque somente com o acesso ao conhecimento dos fatos é possível a construção de uma sociedade participativa e democrática, com cidadãos conscientes de si e do contexto no qual se inserem.

Todavia, no Brasil, vive-se em um estado de “monopólio da informação”, facilitado pelos meios tradicionais de comunicação que possuem os aparatos de alto valor econômico e verdadeiros impérios direcionados apenas à construção e transmissão de fatos e notícias. Jornais impressos, rádios e a televisão são exemplos de empresas que requerem um alto investimento para sua manutenção. Por outro lado, as novas mídias, aqui entendidas principalmente pela Internet, em geral não requerem esse elemento econômico, podendo existir apenas com o acesso a um computador e à Rede.

Por esse motivo, apesar de as mídias tradicionais já consolidadas também se utilizarem das novas possibilidades da Internet para aumentarem seu alcance, outros movimentos ganharam maior visibilidade utilizando-se da rede para propagar seus manifestos. Nesse sentido, “[...] a internet tem sido o grande meio/veículo articulador de ações coletivas e movimentos sociais. Possibilitou a criação de redes virtuais que viabilizam conexões de grupos que nunca se encontraram fisicamente de fato” (GOHN, 2013, p. 150). Dentre tais movimentos

encontram-se justamente aqueles que primam pela democratização dos meios de comunicação no Brasil, sendo que as “[...] camadas mais intelectualizadas também têm participado, mas é no meio popular que existem inúmeras iniciativas de movimentos” (GOHN, 2013, p. 149).

Entre os movimentos e manifestações pela democratização das telecomunicações no país, dois em especial, de diferentes naturezas, merecem destaque: o Centro de Estudos da Mídia Alternativa Barão de Itararé e o Observatório do Direito à Comunicação. Esses exemplos de “luta” em prol de maior abertura das telecomunicações também estão em sintonia com a campanha “Para expressar a liberdade”, de iniciativa popular e com o apoio de entidades civis, que visa a promulgação da “Lei da Mídia Democrática”. Eleitos esses três objetos como indicadores da possibilidade de mobilização *online* pela democratização dos meios de comunicação do Brasil, serão analisados a seguir.

O Centro de Estudos da Mídia Alternativa Barão de Itararé (CEMABI) constitui-se em uma associação civil, pessoa jurídica de direito privado, criada no dia 14 de maio do ano de 2010. Sua denominação, “Barão de Itararé”, homenageia o jornalista gaúcho Apparício Torelli, falecido em 1971, que durante muitos anos criticou a ditadura brasileira, ironizou as elites e criou jargões utilizados até hoje, sempre com humor e sarcasmo¹² (CEMABI, 2012b).

Em seu *site*, a entidade disponibiliza seu estatuto de constituição, que se encontra dividido

¹² O Barão de Itararé criou inúmeras frases irônicas que até hoje são utilizadas, mesmo que algumas tenham perdido o sentido inicial. Por exemplo, depois de tomar muitas “surras” da polícia secreta do Estado Novo, pregou na porta de seu escritório a placa “Entre sem bater”. Entre outras célebres frases humorísticas, cunhou: “Não é triste mudar de ideias, triste é não ter ideias para mudar”; “Mais leite, mais água e menos água no leite”; “Devo tanto que, se chamar alguém de meu bem, o banco toma”; “Nunca desista do seu sonho, se acabou em uma padaria, procure em outra” (CEMABI, 2012b).

em dez capítulos. Esses apresentam a regulação dos objetivos, das finalidades, da possibilidade de associação e dos direitos e deveres dos sócios, da estrutura organizacional, das prestações de contas, etc. É importante ressaltar que a associação possui uma sede física na cidade de São Paulo, na qual ocorrem as reuniões de assembleia e demais órgãos, como, por exemplo, o Conselho Fiscal e o Conselho Consultivo (CEMABI, 2012a).

De acordo com esse documento constitutivo, o CEMABI possui vinte e três objetivos, dos quais se destaca, além da busca pela democratização da comunicação no Brasil, tornar-se um espaço que reúna informações que contribuam para uma “visão avançada sobre a comunicação na sociedade, através do estudo do setor no Brasil e em outros países, da elaboração de políticas públicas e do registro do processo histórico de constituição do sistema de comunicação” (CEMABI, 2012a). Ainda, a entidade se propõe a realizar eventos e atividades abertas à população com fins a expandir a discussão do tema (o que inclui a inserção de universidades), lutar efetivamente por mudanças na regulação da mídia brasileira (inclusive propondo modificações legislativas) e capacitar movimentos sociais para o processo de comunicação autônoma, entre outras.

A principal forma visível de atuação da entidade é a manutenção de sua página na Internet, na qual estão concentrados os endereços de diversos *blogs* de ativistas, jornalistas e movimentos ou cidadãos engajados na causa de uma mídia livre. A denominada “Rede de Blogs” aponta para opiniões e visões distintas das apresentadas pela grande mídia, que, como referido, muitas vezes tem motivos e interesses para filtrar informações. Assim, alguns fatos presenciados ou vivenciados por pessoas comuns e sem grandes possibilidades de comunicá-los ao grande público ganham

uma maior visualização, o que pode permitir o acesso à “informação verdadeira” ou, ao menos, a posicionamentos contrários dos amplamente divulgados (CARVALHO, 2003, p. 91).

Além dessa divulgação, uma recente campanha do CEMABI, em parceria com a Organização Não Governamental Artigo 19¹³, denominada “Mapa de Violência contra a Blogosfera”, vem coletando denúncias acerca de violações à liberdade de expressão de blogueiros no Brasil. De acordo com a campanha, “[...] muitos blogueiros e ativistas digitais têm sofrido perseguições, violências e processos judiciais” (MAPA, 2013) devido ao fato de expressarem-se e contrariarem interesses da “velha mídia”. O intuito da campanha é colher todas as informações possíveis sobre casos específicos e encaminhá-los a organismos nacionais e internacionais de direitos humanos, uma vez que a verdadeira liberdade de expressão, nos moldes dos objetivos de democratização da comunicação do CEMABI, não pode ser suprimida (MAPA, 2013).

Cabe ressaltar que, para a associação no Centro de Estudos da Mídia Alternativa Barão do Itararé, é necessária a quitação de uma contribuição, que pode ser paga mensal, semestral ou anualmente. Os valores variam se o sócio for contribuinte individual (trezentos reais anuais), sindicatos ou movimentos sociais (um mil reais anuais) ou Centrais e Confederações (três mil reais anuais), sendo necessário indicar se existe a permissão para divulgar o associado como

¹³ A ONG Artigo 19 advoga e faz campanha pela implementação de padrões internacionalmente reconhecidos acerca da liberdade de expressão e informação, por meio de monitoramento e pesquisa, desenvolvimento jurídico, litígio e formação. Além disso, elabora e promove legislações e políticas, responde a requisições de ativistas, presta assistência aos meios de comunicação, defende vítimas, analisa os abusos e demanda a prestação de contas e a transparência dos governos, entre outros. No Brasil, atua desde 2005 especificamente na área do acesso à informação (ARTICLE 19, s.d.).

“Amigo do Barão” (CEMABI, 2013). Apesar de não estar expresso no Estatuto ou em qualquer ambiente do *site*, entende-se que somente serão vinculadas à Rede de *Blogs* aquelas páginas que pertençam aos associados com suas obrigações quitadas.

O Observatório de Direito à Comunicação, por sua vez, não se constitui em uma organização formalizada como o CEMABI, sendo apenas um “[...] portal que produz informação e estimula o debate sobre a comunicação no Brasil” (OBC, s.d.). É realizado pelo Intervozes – Coletivo Brasil de Comunicação Social, organização voltada à efetivação do direito humano à comunicação no Brasil (INTERVOZES, s.d.). Existe há aproximadamente seis anos (OBC, 2007).

Os objetivos principais desse projeto versam sobre a criação de um espaço no qual ocorra o acompanhamento e a reflexão sobre o campo da comunicação. Para garantir o direito humano de comunicar, o *site* “[...] reúne, organiza e disponibiliza referências sobre o tema, e acompanha a conjuntura do setor, apresentando diariamente novos fatos, versões e análises críticas para o leitor” (OBC, 2007).

Dentre os conteúdos produzidos, encontram-se matérias, análises sobre casos, dossiês e estudos sobre oito temas principais: comunicação popular e comunitária, comunicação pública, concessões e propriedade, conteúdo e programação, convergência e digitalização, Internet e inclusão digital, liberdade de expressão e exercício profissional e políticas culturais. Para cada um desses pontos, existe uma relação de notícias pertinentes, o que permite, além de uma atualização acerca da temática, uma visão geral sobre a evolução ou modificação na área (OBC, s.d.).

O portal disponibiliza uma biblioteca virtual, totalmente gratuita, na qual se encontram atas de discussões de congressos e eventos, teses

e dissertações, artigos acadêmicos, legislações, pesquisas e outros, além de áudios e vídeos acerca de questões sobre a telecomunicação brasileira. A principal atribuição do *site* é fornecer aos interessados todas as ferramentas e “munições” necessárias para atuar em defesa da democratização das comunicações, atuando como um centro *online* de informações para ativistas e movimentos afins.

Por fim, o último objeto de análise dos movimentos para a abertura e reformulação das questões sobre o direito à livre comunicação, com foco nas mídias brasileiras, é o projeto de modificação do Código Brasileiro de Telecomunicações (CBT). Capitaneado por diversas entidades, inclusive o Centro de Estudos da Mídia Alternativa Barão do Itararé e o Intervozes, organizador do portal do Observatório de Direito à Comunicação (INTERVOZES, s.d.), a possibilidade de modificação dessa lei vem sendo amplamente divulgada pela campanha “Para Expressar a Liberdade – Uma nova lei para um novo tempo”.

Iniciada no dia 27 de agosto de 2012, data do aniversário de cinquenta anos do CBT, a campanha visa modificar o contexto de concentração e ausência de pluralidade e diversidade na comunicação brasileira. De acordo com o texto de apresentação desse movimento:

“Todas as democracias consolidadas (EUA, França, Portugal, Alemanha, entre outras) têm mecanismos democráticos de regulamentação dos meios de comunicação. Em nenhum desses países, ela é considerada impedimento à liberdade de expressão. Ao contrário, é sua garantia” (PARA EXPRESAR A LIBERDADE, 2012b).

A campanha aduz que o Brasil encontra-se em visível estagnação, porque suas regras de comunicação permanecem reguladas por uma lei dos anos sessenta, período de plena ditadura.

Ainda, aponta-se que, apesar de algumas modificações realizadas, os principais artigos e determinações da lei que favorecem as grandes e velhas mídias, rádio e televisão, permanecem em vigor (PARA EXPRESSAR A LIBERDADE, 2012a).

Os principais meios de divulgação da campanha ocorrem de forma *online*, em seu *site* e sua página no *Facebook*. Entretanto, a petição do Projeto de Lei de Iniciativa Popular ocorre no meio físico, existindo pontos de coleta em cinco estados da federação (Minas Gerais, Pernambuco, Rio de Janeiro, São Paulo e Sergipe), além do Distrito Federal (PARA EXPRESSAR A LIBERDADE, 2013a).

Atualmente, de acordo com as notícias mantidas pelo *site* da Campanha (atualizadas frequentemente), o projeto conta com mais de cinquenta mil assinaturas (LIMA, R., 2013b) e, no dia doze de novembro de 2013, foi discutido na Câmara dos Deputados. Apesar de convidados para participar da audiência, os representantes da Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (Abert), da Associação Nacional de Editores de Revistas (Aner) e da Associação Nacional de Jornais (ANJ) não compareceram e não justificaram sua ausência (LIMA, R., 2013a).

Da breve apresentação de alguns movimentos que buscam a democratização da comunicação no Brasil, com o objetivo principal de garantir a liberdade de expressão e a possibilidade de divulgação de posicionamentos contrários às mídias mais poderosas, percebe-se que o “ideal democrático” é muito mais amplo do que normalmente se toma consciência. Devido à eleição dos três objetos de análise, deixaram-se de lado outros tantos movimentos¹⁴ e entidades que possuem o mesmo objetivo, ou seja, a abertura das telecomunicações no país. Entretanto, o número de organizações e até campanhas, como a referida acima, está crescendo, assim como a temática também ganha expressividade.

A possibilidade desse “desafio às grandes mídias” teve uma valiosa evolução quando se agregou à Internet como meio de divulgação e ambiente de participação e discussão popular. De todas as informações coletadas necessárias para o entendimento da causa, absolutamente todas se encontravam na Rede, bem como possuíam a opção de ser

¹⁴ A existência das chamadas rádios comunitárias confirma a existência de outros movimentos, *off-line*, que também objetivam a democratização e descentralização dos meios de comunicação. De acordo com o Ministério das Comunicações, rádio comunitária engloba a “[...] radiodifusão de sons, em frequência modulada (FM), de baixa potência (25 Watts), que permite à comunidade ter um canal de comunicação inteiramente dedicado a ela, abrindo oportunidade para divulgação de suas ideias, manifestações culturais, tradições e hábitos sociais. As entidades detentoras de outorga para execução do serviço de radiodifusão comunitária devem ser abertas à participação de todos os residentes na área de cobertura da rádio, bem como a sua programação deve ser aberta à participação da sociedade. Uma rádio comunitária não pode ter fins lucrativos nem vínculos de qualquer tipo, como: partidos políticos, instituições religiosas, entre outros” (BRASIL, 2009b).

compartilhadas, não apenas por *sites* como em redes sociais, outra forma inovadora de angariar leitores e apoiadores das campanhas.

Se esse movimento tivesse sido realizado em décadas anteriores, quando a comunicação entre pessoas ocorria de forma mais restrita, por certo a dificuldade de expansão e a probabilidade de um boicote pelas mídias tradicionais o transformariam em uma tentativa frustrada de mudança. Hoje, entretanto, com a evolução dos meios de comunicação e a impossibilidade de retenção de informações e de contato entre pessoas, que pode se dar de muitos para muitos, é possível questionar que tipo de redes de comunicação existe no Brasil e a que interesses responde. É plausível, ainda, chegar-se à informação verdadeira, sem que com isso alguém necessariamente seja “punido” posteriormente.

Portanto, é imperioso ressaltar que a Internet não é a única responsável pelos movimentos que vêm ocorrendo no Brasil e no mundo. Certamente uma modificação na maneira de pensar do cidadão e na sua consciência sobre como se inserir em determinado contexto social, que necessita de mudanças, é fundamental. Entretanto, com uma nova ferramenta para acelerar esse processo, não serão necessárias tantas décadas para alcançar-se uma modificação benéfica na forma de exercer o direito à comunicação.

5. Conclusão

A temática da regulamentação dos meios de comunicação está diretamente relacionada aos direitos fundamentais de liberdade de expressão e comunicação, pois a verdadeira informação veiculada, além de empoderar os cidadãos, também permite o exercício desses direitos. Assim, de acordo com a forma como esses meios são regulamentados, os direitos postos como fundamentais na Constituição Brasileira

podem ser cerceados ou ampliados, o que pode ser verificado no caso do Brasil.

As leis e diretrizes infraconstitucionais brasileiras que regulamentam a comunicação social no país, como exposto, ao invés de garantirem os direitos fundamentais protegidos constitucionalmente, proporcionam uma concentração da publicização de informações a poucos detentores. Estes últimos se utilizam de sua condição para repassar e promover conteúdos de interesses muitas vezes próprios, ignorando os objetivos sociais e comunitários dos veículos de comunicação. Apesar de algumas modificações com o passar das décadas, no Brasil ainda é possível verificar o monopólio de grandes redes de televisão e jornais. Esse cenário assemelha-se ao período da repressão e da ditadura, em que apenas aqueles favorecidos pelo governo detinham o poder de informação.

Entretanto, no contexto atual, a Internet emerge como um meio de comunicação que, além das facilidades de baixo custo, uso e horizontalidade nas relações, permite a qualquer indivíduo manifestar-se e pesquisar assuntos de seu interesse, sem que haja a obrigatoria realização prévia de filtros por grandes empresas ou pelo governo. No espaço criado pela Internet, é o próprio cidadão que realiza a filtragem e seleção dos conteúdos que considerar importantes e úteis, além de também poder ser produtor dessa informação.

Ao possibilitar a construção de conteúdos, a Internet também abre espaço para que novas reivindicações, antes ignoradas pela velha mídia, possam surgir. É o caso de muitos movimentos sociais em prol da democratização e descentralização dos meios de comunicação, que já não podem ser “calados”, uma vez que a informação não é mais passível de censura ou bloqueio.

Dos movimentos analisados, a sua maioria ocorre *off-line*, por meio de grupos e organi-

zações que lutam pelo direito de comunicar-se sem a necessidade de autorização do governo ou das empresas que detêm as concessões de telecomunicação. No entanto, a Internet possibilitou que esses movimentos sejam visualizados e atinjam um número infinitamente maior de adeptos, motivo pelo qual fazem uso de *sites* e outras ferramentas *online* para a propagação de seus ideais.

Analisando os *sites* do Barão do Itararé, do Observatório do Direito à Comunicação e do Projeto de Lei Popular por uma Mídia Democrática, percebe-se que todas as informações necessárias para entender a causa e acessar fontes diferentes de notícias ou de relato dos fatos encontram-se disponíveis para qualquer internauta interessado, sem a necessidade de recursos financeiros de pesquisa ou busca. Nesse sentido, a Internet torna-se uma ferramenta indispensável para a manutenção desses movimentos, que, inconformados com o *status quo* no Brasil no pertinente às comunicações, reivindicam mudanças, que devem iniciar-se no âmbito legislativo, a exemplo do ocorrido no país vizinho, a Argentina.

Portanto, o que se vislumbra na situação da regulamentação da telecomunicação brasileira é um congelamento em tempos e contextos totalmente em desacordo com a atual realidade social. A possibilidade de oligopólios de informação não condiz com a rapidez por que ela é repassada entre as pessoas, principalmente em razão do advento da Internet. Por certo a luta pela democratização da comunicação perpassa inúmeros âmbitos, desde a própria conscientização dos cidadãos até um efetivo compromisso político com a democracia. Entretanto, com o auxílio das novas ferramentas de informação e comunicação, especialmente a Internet, a possibilidade de que uma nova regulamentação, em consonância com os ditames constitucionais, ocorra também no Brasil, pode não estar tão longe de se realizar.

Referências

ARGENTINA. *Ley de Medios*. Regulanse los Servicios de Comunicación Audiovisual en todo el ámbito territorial de la República Argentina. Promulgada em 10 out. 2009. Disponível em: <<http://www.infoleg.gov.ar/infolegInternet/anexos/155000-159999/158649/norma.htm>>. Acesso em: 21 jan. 2015.

_____. Corte Suprema de Justicia de la Nación. G. 439. XLIX. *Recursos de Hecho*. DJ, 29 out. 2013. Disponível em: <<http://www.cij.gov.ar/adj/pdfs/ADJ-0.277923001383056698.pdf>>. Acesso em: 21 dez. 2014.

ARTICLE 19. *O que fazemos*. [s.d.]. Disponível em: <<http://artigo19.org/?p=406>>. Acesso em: 3 dez. 2014.

BRASIL. Lei n. 4.117, de 27 de agosto de 1962. Institui o Código Brasileiro de Telecomunicações. *Diário Oficial da União*, Brasília, 17 dez. 1962. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/14117.htm>. Acesso em: 2 dez. 2014.

_____. Constituição (1988). *Constituição da República Federativa do Brasil de 1988*. Brasília: Subsecretaria de Edições Técnicas, 1988. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/ConstituicaoCompilado.htm>. Acesso em: 2 dez. 2014.

_____. *Nota conjunta*. Maio 1995. Disponível em: <<http://www.cgi.br/regulamentacao/notas.htm>>. Acesso em: 5 mai. 2014.

_____. Lei n 9.472, de 16 de julho de 1997. Dispõe sobre a organização dos serviços de telecomunicações, a criação e funcionamento de um órgão regulador e outros aspectos institucionais, nos termos da Emenda Constitucional nº 8, de 1995. *Diário Oficial da União*, Brasília, 17 jul. 1997. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19472.htm>. Acesso em: 2 dez. 2014.

_____. Agência Nacional de Telecomunicações. Resolução n. 73, de 25 de novembro de 1998. *Diário Oficial da União*, Brasília, 27 nov. 1998. Aprova o Regulamento dos Serviços de Telecomunicações. Disponível em: <<http://legislacao.anatel.gov.br/resolucoes/13-1998/34-resolucao-73>>. Acesso em: 22 nov. 2013.

_____. Supremo Tribunal Federal. Arguição de descumprimento de preceito fundamental n. 130/DF. Relator: Ministro Carlos Ayres Britto. DJ, 30 abr. 2009a. *Diário da Justiça Eletrônico*, 6 nov. 2011. Disponível em: <redir.stf.jus.br/paginador/paginador.jsp?docTP=AC&docID=605411>. Acesso em: 2 dez. 2014.

_____. Ministério das Comunicações. *Rádio comunitária*. 17 ago. 2009b. Disponível em: <<http://www.mc.gov.br/acoes-e-programas/radiodifusao-comunitaria>>. Acesso em: 5 mai. 2014.

_____. Secretaria de Comunicação. *Ação programada*. 2012a. Disponível em: <<http://www.secom.gov.br/sobre-a-secom/acoes-e-programas/midia/acoes-programadas>>. Acesso em: 6 mai. 2014.

_____. Decreto n. 7.670, de 16 de janeiro de 2012. Altera dispositivos do Regulamento dos Serviços de Radiodifusão aprovado pelo Decreto nº 52.795, de 31 de outubro de 1963, e dos Decretos nº 88.066, de 26 de janeiro de 1983, e nº 5.820, de 29 de junho de 2006. *Diário Oficial da União*, Brasília, 17 jan. 2012b. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2012/Decreto/D7670.htm>. Acesso em: 6 mai. 2014.

_____. Agência Nacional de Telecomunicações. Resolução nº 614, de 28 de maio de 2013. *Diário Oficial da União*, 31 maio 2013.

_____. Lei n. 12.965, de 23 de abril de 2014. Estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da Internet no Brasil. *Diário Oficial da União*, Brasília, 24 abr. 2014. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/12965.htm>. Acesso em: 2 dez. 2014.

_____. Ministério das Comunicações. *Radiodifusão*. [s.d.]. Disponível em: <<http://www.mc.gov.br/radio-e-tv/acoes-e-programas/radiodifusao>>. Acesso em: 2 dez. 2014.

CARDOSO, Gustavo. *A mídia na sociedade em rede: filtros, vitrines, notícias*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2007.

CARVALHO, Luiz Gustavo Grandinetti Castanho de. *Liberdade de informação e o direito difuso à informação verdadeira*. Rio de Janeiro: Renovar, 2003.

CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede: a era da informação: economia, sociedade e cultura*. Tradução Roneide Venâncio Majer. São Paulo: Paz e Terra, 1999. v. 1.

CENTRO DE ESTUDOS DA MÍDIA ALTERNATIVA BARÃO DE ITARARÉ - CEMABI. *Estatuto do Centro de Estudos da Mídia Alternativa Barão de Itararé*. 8 set. 2012a. Disponível em: <http://www.baraodeitarare.org.br/index.php?option=com_content&view=article&id=29&Itemid=241>. Acesso em: 21 jan. 2015.

_____. *Quem foi o Barão*. 8 set. 2012b. Disponível em: <http://www.baraodeitarare.org.br/index.php?option=com_content&view=article&id=24&Itemid=216>. Acesso em: 21 jan. 2015.

_____. *Seja amigo do Barão*. 9 jan. 2013. Disponível em: <<http://www.baraodeitarare.org.br/index.php/2013-01-09-16-56-06>>. Acesso em: 21 jan. 2015.

COMPARATO, Fabio Konder. A democratização dos meios de comunicação em massa. *Revista da USP*, São Paulo, n. 48, p. 06-17, dez./fev. 2001.

CRUZ, Valdo; WIZIACK, Julio. Lista revela políticos donos de radio e TVs. *Observatório da imprensa*, 30 mai. 2011. Disponível em: <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/lista-revela-politicos-donos-de-radio-e-tvs>>. Acesso em: 2 dez. 2014.

GOHN, Maria da Glória. *Movimentos sociais e redes de mobilizações civis no Brasil contemporâneo*. 5. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2013.

GONÇALVES, Maria Eduarda. *Direito da informação: novos direitos e formas de regulação na sociedade da informação*. Coimbra: Almedina, 2003.

GUARESCHI, Pedrinho. Mídia e democracia: o quarto versus o quinto poder. *Revista Debates*, Porto Alegre, v.1, n.1, p.6-25, jul./dez. 2007.

HOWE, Jeff. The rise of crowdsourcing. *Wired*, june 2006. Disponível em: <<http://www.wired.com/wired/archive/14.06/crowds.html>>. Acesso em: 5 maio 2014.

INTERVOZES – Coletivo Brasil de Comunicação Social. *Quem somos*. [s.d.] Disponível em: <<http://intervozes.org.br/quem-somos/>>. Acesso em: 21 jan. 2015.

KOFF, Rogerio Ferrer. *A cultura do espetáculo: sete estudos sobre mídia, ética e ideologia*. Santa Maria: UFSM, 2003.

LIMA, Venício. *Regulação das comunicações: história, poder e direitos*. São Paulo: Paulus, 2011.

LIMA, Raquel. Deputados debatem a democratização da comunicação e a Lei da mídia democrática. *Para expressar a liberdade*, 13 nov. 2013a. Disponível em: <<http://www.paraexpressaraliberdade.org.br/index.php/noticias/274-deputados-debtem-a-democratizacao-da-comunicacao-e-a-lei-da-midia-democratica>>. Acesso em: 5 mai. 2014.

_____. Campanha pela lei da mídia democrática cresce em todo o país. *Para expressar a liberdade*, 14 nov. 2013b. Disponível em: <<http://www.paraexpressaraliberdade.org.br/index.php/noticias/273-campanha-pela-lei-da-midia-democratica-cresce-em-todo-o-pais>>. Acesso em: 2 dez. 2014.

LINS, Bernardo Felipe Estellita. *Argentina: nova lei dos meios audiovisuais*. Brasília: Biblioteca Digital da Câmara dos Deputados, 2009. Disponível em: <<http://bd.camara.gov.br/bd/handle/bdcamara/4023>>. Acesso em: 3 dez. 2014.

MAPA de violência contra a Blogosfera. *Article*, 16 jun. 2013. Disponível em: <<http://artigo19.org/?p=2916>>. Acesso em: 3 dez. 2014.

MESSIAS, Roberto Bocorny. Transparência e a desconcentração na publicidade do governo federal. *Observatório de Imprensa*, 16 abr. 2013. Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/transparencia_e_a_desconcentracao_na_publicidade_do_governo_federal>. Acesso em: 3 dez. 2014.

NUNES JÚNIOR, Vidal Serrano. *A proteção constitucional da informação e o direito à crítica jornalística*. São Paulo: FTD, 1997.

NUSSBAUMER, Gisele Marchiori. *O mercado da cultura em tempos (pós) modernos*. Santa Maria: UFSM, 2000.

OBSERVATÓRIO DO DIREITO À COMUNICAÇÃO – OBC. [s.d.]. Disponível em: <http://www.direitoacomunicacao.org.br/content_static.php?option=com_content&task=view&id=12>. Acesso em: 21 jan. 2015.

OBSERVATÓRIO DO DIREITO À COMUNICAÇÃO - OBC. *O observatório*. [São Paulo, fev. 2007]. Disponível em: <http://www.direitoacomunicacao.org.br/content_static.php?option=com_content&task=view&id=12>. Acesso em: 5 mai. 2014.

PALACIOS, Ariel. Justiça argentina declara a constitucionalidade da Lei de Mídia. *Estadão*, 29 out. 2013. Disponível em: <<http://www2.stf.jus.br/portalStfInternacional/cms/destaquesNewsletter.php?sigla=newsletterPortalInternacionalDestaques&idConteudo=253796>>. Acesso em: 3 dez. 2014.

PARA EXPRESSAR A LIBERDADE. *Por uma nova lei de comunicação*. 26 ago. 2012a. Disponível em: <<http://www.paraexpressarliberdade.org.br/index.php/quem-somos/documentos/60-por-uma-nova-lei-de-comunicacao>>. Acesso em: 3 dez. 2014.

PARA EXPRESSAR A LIBERDADE. *Apresentação*. 27 ago. 2012b. Disponível em: <<http://www.paraexpressarliberdade.org.br/index.php/quem-somos/apresentacao>>. Acesso em: 2 dez. 2014

_____. *Pontos de coleta*: PE, RJ, SE, SP, MG e DF. 6 jun. 2013a. Disponível em: <<http://www.paraexpressarliberdade.org.br/index.php/noticias/196-pontos-de-coleta-pe-rj-se-sp-e-df>>. Acesso em: 3 dez. 2014.

_____. *Quem somos*. 17 ago. 2013b. Disponível em: <<http://www.paraexpressarliberdade.org.br/index.php/quem-somos/quem-somos>>. Acesso em: 3 dez. 2014.

PEIXOTO, Katrina. (Trad.). *Ley de medios argentina é modelo, diz relator da ONU. Carta Maior*, 17 out. 2012. Disponível em: <<http://www.cartamaior.com.br/?/Editoria/Internacional/Ley-de-Medios-argentina-e-modelo-diz-relator-da-ONU%0D%0A/6/26192>>. Acesso em: 21 jan. 2015.

PESQUISA sobre o uso das tecnologias da informação e da comunicação no Brasil: TIC domicílios e TIC empresas 2011. São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2012. 322p. Disponível em: <<http://op.ceptro.br/cgi-bin/cetic/tic-domicilios-e-empresas-2011.pdf>>. Acesso em: 21 jan. 2015.

SÃO PAULO. Tribunal de Justiça de São Paulo. *Apelação cível n. 0006881-47.2011.8.26.0506*. Relator: Desembargador Almeida Sampaio. DJ, 9 set. 2013a. Disponível em: <<http://esaj.tjsp.jus.br/cjsg/getArquivo.do?cdAcordao=7027570>>. Acesso em: 2 dez. 2014.

_____. Tribunal de Justiça de São Paulo. *Apelação cível n. 010149195.2010.8.26.0100*. Relator: Desembargador Salles Rossi. DJ, 30 jan. 2013b. Disponível em: <<https://esaj.tjsp.jus.br/cpo/sg/show.do?processo.foro=990&processo.codigo=RI001K6B00000>>. Acesso em: 5 maio 2014.

SILVA, José Afonso da. *Curso de direito constitucional positivo*. 8. ed. São Paulo: Malheiros, 1992.