

## Os brutos também assistem TV breves reflexões sobre a regulação da mídia e seu debate midiático<sup>1</sup>

André Kron Marques ZAPANI<sup>2</sup>

Universidade Tuiuti do Paraná, Curitiba, PR

### Resumo

O debate sobre a regulação da mídia e toda a sua extemporaneidade legal periférica retorna, recentemente, às discussões no âmbito da sociedade civil, mas com o indissociável caráter ideológico e partidário da vertente política e econômica. Questões diversas são postas na agenda do debate - essa regulação se faz realmente necessária ou ela é uma forma de censura camuflada? A restrição de vozes plurais e complementares na produção e na difusão da informação limita o acesso qualitativo do consumidor? É pertinente regular conteúdo de programação? O público é emancipado da mídia? Estas indagações serão o escopo desse artigo que, de maneira panorâmica, visa analisar a estrutura atual e anacrônica da política midiática brasileira, em especial, o segmento da radiodifusão.

**Palavras-chave:** regulação; censura; mídia; esclarecimento; radiodifusão.

### 1. O PROBLEMA

A política midiática brasileira retorna à cena com certa relevância em função da reabertura de um novo capítulo com “novas” discussões a respeito do processo de regulação<sup>3</sup> da mídia, que teve seu prólogo ainda em meados de 1997, no governo Fernando Henrique Cardoso. O modelo brasileiro é ímpar se comparado às características, ao arcabouço legal e às configurações europeias, norte-americanas e, sobretudo, sul-americanas<sup>4</sup>. Referida assertiva pode ser evidenciada ainda por ocasião da promulgação da lei que instituiu, em 1962, o ainda vigente Código Brasileiro de Telecomunicações (CBT),

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Políticas e Estratégias de Comunicação do XVI Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Doutorando do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Linguagem da Universidade Tuiuti do Paraná (PPGCOM/UTP). Email:andrekron@gmail.com

<sup>3</sup> Segundo Mariana Mazza, a regulamentação é uma atividade exclusiva da Presidência da República, cabendo-lhe sancionar, promulgar e fazer publicar as leis, bem como expedir os decretos e regulamentos para sua fiel execução. Já a regulação é o conjunto de ações que de alguma forma interferem na atividade econômica de um país, fundamentalmente com a intenção de proteger o interesse público dos efeitos das atividades privadas e públicas nesta esfera. Serve como mediadora entre os interesses do público e a mídia. Um órgão de regulação [Anatel] não edita regulamentos, mas normas e resoluções. Tem poder normativo e não pode regulamentar nada.

Disponível em <http://noticias.band.uol.com.br/colunas/podcast.asp?colunista=189&podcast=631422>

<sup>4</sup> Ver motivos em Santos (2006)

período de existência de limitadas emissoras radiofônicas e, obviamente, de ausência dos espaços públicos virtuais de discussão.

Esta evidência de temporalidade senoidal e de predicados político-midiáticos se fizeram presentes, novamente, nos meses de dezembro de 2014 e, recentemente, em novembro de 2015, quando as mídias tradicionais do jornal Folha de S.Paulo e o periódico Carta Capital publicaram que congressistas eleitos detinham cinquenta e cinco concessões radiofônicas e que o Ministério Público Federal desencadearia ações que visavam à cassação da outorga de emissoras de rádio e TV comerciais de quarenta congressistas em atividade<sup>5</sup>.

Em função destes fatos recentes, mas já bastante arraigados de discussões pretéritas, diversas indagações foram reacendidas basicamente no contexto das sociedades civil e política, obviamente enquadrando os setores econômicos e comunicacional, bem como a opinião pública, com raros debates imparciais de ideologia, partidarismos e fisiologismos.

A regulação da mídia se faz realmente necessária ou ela é uma forma de censura camuflada? A mídia de massa é paladino ou omissa quanto às reais necessidades de informação ao seu público quanto ao tema? O público é emancipado da mídia no tocante a seu processo decisório?

Estas são algumas indagações relevantes para a grande política gramsciana que serão percorridas de forma exploratória e bem panorâmica.

## **2. ARGUMENTAÇÕES SOBRE A REGULAÇÃO [OU SERIA CENSURA? ]**

Integrantes da sociedade civil (universidade, veículos de comunicação, entidades religiosas, movimentos sociais) e sociedade política têm restrito histórico de debates em assuntos atinentes à política comunicacional<sup>6</sup>. Assuntos tais como regulação econômica, produção de conteúdo, pluralidade de vozes e processo de concessões, entre outras, foram discutidas apenas no âmbito do executivo e foram divulgadas de forma não-oficial, a partir do governo FHC, em cinco anteprojetos e um projeto que não chegaram a ser colocadas na pauta de discussão no congresso e foram engavetadas.

Exceção de consulta pública oficial foi feita, em 2009, quando ocorreu a Conferência Nacional de Comunicação (Confecom) que, diferentemente dos outros momentos da

<sup>5</sup> Matéria de Paula Reverbel, para a Folha S. Paulo, e Bia Barbosa, para a revista Carta Capital

<sup>6</sup> Alguns integrantes da sociedade civil que têm atuado em prol da democratização da política de comunicação nacional: Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC), Centro de Estudos da Mídia Alternativa Barão de Itararé, Intervenções/Coletivo Brasil de Comunicação Social, Fórum de Mídia Livre (FML), ANDI/Comunicação e direitos.

história, inaugurou um debate amplo e verdadeiramente público sobre as políticas do setor. Pela primeira vez, o Estado brasileiro instituiu um mecanismo formal de consulta a toda sociedade sobre os rumos que devem tomar a comunicação e a democracia. No entanto, até o presente momento, nenhuma das seiscentas e sessenta e duas propostas aprovadas na Confecom foram traduzidas em realidade.

A recente discussão sobre a regulação da mídia foi caracterizada predominantemente por um grande debate ideológico e partidário da sociedade política, desde 1997, que se reforça no processo tautológico do discurso e da volição parcial de diversos ministros que passaram pela pasta do executivo. Acrescentam-se a esses aspectos, a grande interferência de políticos que são diretores de veículos de comunicação e que legislam em causa própria e diversas e a pressão das grandes concentrações midiáticas contrárias à redução de seu patrimônio e da sua audiência.

Na ótica dos aliados de uma comunicação polifônica, democrática e de diversidade informativa, a regulação da mídia seria o termo pertinente a ser implementado nas discussões sobre o tema. A partir do momento que uma empresa midiática é detentora de um cartel de veículos de comunicação, a informação torna-se única e desprovida de contraditório ou de corroboração, tornando-a “certeza absoluta”. Não cabe nesse artigo nenhum tipo de juízo de valor quanto a qualidade ou a origem da informação, tampouco a linha editorial do veículo, mas sim da necessidade de uma complementariedade de fonte díspar.

Em países que possuem políticas comunicacionais mais desenvolvidas – Inglaterra, EUA, Alemanha e França – a regulação econômica no tocante aos oligopólios midiáticos são baseados principalmente na restrição da audiência como, por exemplo, nos Estados Unidos, um mesmo grupo não pode deter outorgas de emissoras de TV que cheguem potencialmente a mais de 39% dos domicílios, bem como um mesmo grupo não pode controlar um jornal diário e uma emissora de radiodifusão de alta potência que cubram o mesmo município.

Na França, uma pessoa somente pode ter uma rede de TV com audiência de 4 milhões de pessoas, ou somente pode ter uma emissora de rádio com audiência de 30 milhões de pessoas, ou uma TV a cabo com audiência de até 6 milhões de pessoas. Diferentemente na Alemanha, qualquer empresa só pode deter até 30% da audiência total, indiferente da plataforma.

Nota-se que a regulação econômica tomada pelos países europeus tem como intuito fiscalizar o mercado midiático, proteger um bem público, fomentar a concorrência e manter a lei da oferta e da procura, evitando que ocorra a formação de cartéis ou monopólios, o que reduziria a qualidade e a quantidade de emissoras prestadoras de serviço e do nível de acesso à informação.

No cenário nacional, há diversos aspectos regulamentados que necessitam ser regulados e que já foram e que são o *core* de alguns debates temáticos na esfera pública: aproveitando os casos europeus acima, uma prática ululante e bastante evidente, mas de grande reação empresarial é a propriedade cruzada<sup>7</sup>. No entanto, nota-se que o quadro de propriedades cruzadas no país não coaduna com o previsto em legislação<sup>8</sup>, a ponto do então ministro das Comunicações, Paulo Bernardo, em 2011, expor sua posição contrária a esta prática corriqueira, mesmo ciente das dificuldades em extingui-las.

Todavia, esta intenção do ex-ministro à época parou na especulação. Recentemente, seguimentos da sociedade midiática vêm tentando resignificar o conceito de propriedade cruzada ao tentar equipará-la à convergência midiática, argumentando que os veículos de comunicação hoje “só têm num só portal seus noticiários de jornal, rádio e televisão, na maioria dos casos funcionando num mesmo ambiente físico e virtual, com aproveitamento de toda produção de conteúdo” (LIMA, 2011b).

O Grupo RBS<sup>9</sup>, maior conglomerado midiático do Sul e segundo maior regional do país, corrobora com esta reinterpretação:

Felizmente, o governo Dilma começa a emitir sinais de que está mudando o rumo do debate sobre o novo marco regulatório do setor de comunicações. Ao que tudo indica, sairão de cena velhos ranços ideológicos, entre os quais a campanha pelo veto à propriedade cruzada de veículos de informação e a obsessão pelo controle social da mídia, e entrarão em discussão temas objetivos como a própria liberdade de imprensa, a qualidade dos conteúdos e o cumprimento rigoroso dos preceitos constitucionais. (...). É bom que assim seja, até mesmo para que o *país não perca tempo e energia com impasses ultrapassados, como o do veto à propriedade cruzada*. [grifo meu] A própria tecnologia se encarregou de derrubar este conceito, pois a convergência das mídias fez com que informações, dados e imagens passassem a trafegar simultaneamente em todas as plataformas. (LIMA, 2011a)

<sup>7</sup> Segundo Lima (2012), trata-se da propriedade pelo mesmo grupo, de diferentes tipos de mídias do setor da comunicação. Por exemplo: TV aberta, TV por assinatura, rádio, revistas, jornais, e, mais recentemente, telefonia (fixa, celular e móvel, via satélite), provedores de internet, transmissão de dados, *paging* etc.

<sup>8</sup> Decreto-lei nº 236, de 28 de fevereiro de 1967. Dispõe sobre a complementação e a modificação da lei nº 4117, de 27 de agosto de 1962 [CBT]

<sup>9</sup> Rede Brasil Sul de Televisão - concentração midiática da família Sirotsky. Possui 7 emissoras de rádio, 20 emissoras de TV aberta, 8 jornais e 1 portal de notícia nos estados de SC e RS.

Contrapondo a esta argumentação da RBS, o fato de haver convergência das mídias não exclui a situação de que as mídias de massa continuem produzindo conteúdos para plataformas singulares, com audiências únicas e narrativas próprias.

Creio que a concentração cruzada é etapa fundamental para a formação dos monopólios e oligopólios regionais. Esta centralização de meios em restritos grupos, limita a diversidade e a pluralidade de vozes, nivela práticas jornalísticas, causa um soterramento monofônico da notícia e restringe a liberdade democrática.

Paradoxalmente, os conglomerados midiáticos, representados pela Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e TV (ABERT), que tem entre seus objetivos regimentais defender a liberdade de expressão, são os primeiros a subverterem a legislação vigente, partindo do princípio de uma reinterpretação, impedindo a globalização da informação, do conhecimento e da ampliação dos mercados e da pluralidade.

Outro aspecto evidente que se vê como extensão, ou origem do anterior, tendo em vista o caleidoscópio da política comunicacional, é a diversidade de parlamentares, em vigência de mandato, que são, oficialmente, segundo o Ministério das Comunicações, sócios ou diretores de emissoras de rádio e TV ou de retransmissoras, bem como alguns são ou já foram membros titulares da Comissão de Ciência Tecnologia, Comunicação e Informática Informação (CCTCI)<sup>10</sup>, legislando em causa própria, de parentes ou de terceiros, bem como se utilizam deste poder simbólico para interferir favoravelmente, ou não, no processo de concessão radiofônica, caracterizando esta barganha política como coronelismo eletrônico<sup>11</sup>.

O recrudescimento do interesse religioso (principalmente do segmento evangélico-neopentecostal) em se inserir no campo radiofônico, principalmente, a partir do início da última década do século passado, é um dos aspectos que requer maior observância e fiscalização por meio da regulação. As igrejas neopentecostais vêm se apropriando do tempo, da confiança e da atenção midiaticizada que oscilam da posse de outorgas a períodos de inserção curtos e quase que na íntegra diária, como é o caso da programação dos canais TV 21 e CNT. Este segmento é responsável, também, por uma prática ainda velada às mídias tradicionais, que é a sublocação, arrendamento ou venda de horários na programação de emissoras radiofônicas comerciais.

---

<sup>10</sup> A CCTCI, uma das 20 Comissões Permanentes da Câmara dos Deputados, é constituída por 42 (quarenta e dois) deputados titulares e igual número de suplentes. Atua como órgão técnico da Casa, apoiada por consultores legislativos e servidores administrativos. Entre diversas atribuições regimentais, é responsável pelo processo de outorga e renovação da exploração de serviços de radiodifusão sonora e de sons e imagens;

<sup>11</sup> Ver Santos e Capparelli (2005) e Santos (2006;2007;2008)

Conforme legislação corrente, existe o limite de 25% da programação diária para inserções publicitárias. Há o exemplo recente da Igreja Universal do Reino de Deus que adquiriu o equivalente a 91% (22 horas diárias) da grade do canal CNT, e este não é um caso isolado, refletindo mais um dos vários problemas na regulação do setor.

Contrária à visão do concessionário, este autor não crê que haja uma censura a este tipo de programação, mas que se tenha um limite temporal e, especialmente, regras para evitar o proselitismo religioso e uma série de intolerâncias que são proferidas por conta disso, pois o Estado é laico e a concessão é um bem público. Destaca-se que essa discussão é calcada em aspectos democráticos e na proteção do mercado. Desta forma, no mínimo, esta concessão deve ser franqueada a outras religiões, independentemente da quantidade de seguidores, a fim de não incorrerem em um único monólogo proselitista, proporcionando novos discursos contrahegemônicos, surgimento de novos intelectuais orgânicos, alijando, desta forma, a possibilidade de incorrerem em autoritarismo e hegemonia de um único sagrado.

Nesta mesma seara do metafísico midiático, outro aspecto que é considerado relevante de análise mais detalhada são os amparos legais sobre concessões de outorgas de rádio ou televisão a grupos religiosos tradicionais, haja vista que são imunes de tributos e impostos, diferentemente das demandas previstas em lei para a atividade radiofônica comercial. Esta exclusividade de oferta a determinada classe não coaduna com os aspectos democráticos de isonomia social e constitucional, a livre concorrência de mercado e a laicidade da Federação, contribuindo para o crescimento da desposse de outros proselitismos e da debilidade de resistência de um poder contrahegemônico à concentração sagrada na mídia, que ora se estende para o campo político de forma crescente. Esta convergência triangular (mídia, política e religião) cria um “novo” ou um “resignificado” campo que funde o fiel à audiência e ao cidadão eleitor, imbricando esta área, antes excludentes e opostas, nos debates públicos. Surgem novos protagonistas neste contexto, os coronéis midiáticos evangélicos<sup>12</sup>, que se apropriam de categorias estruturantes da sociedade civil a fim de buscar a direção intelectual e a possível dominação da sociedade política, consolidando uma hegemonia.

---

<sup>12</sup> Ver Zapani (2011)

Cabe destacar algumas hipóteses utilizadas por alguns políticos e movimentos da sociedade civil como tentativa de introjeção da censura midiática pelo governo vigente, mesmo tendo esta proposta desaparecido atualmente da pauta de debates do executivo por motivos diversos. Um dos reiterados motivos estão ligados aos discursos partidários e às relações fisiológicas de seus integrantes na seara da pequena política que não se atêm aos motivos ontológicos da discussão. O sangramento da disputa no campo político faz da mídia um, entre muitos outros, assunto da agenda oposicionista, principalmente nesta contemporaneidade de instabilidade econômica, institucional e política, sobretudo às vésperas de eleições municipais deste ano – *locus* de atuação dos coronéis<sup>13</sup> eletrônicos e de seu eleitorado.

Alegações genéricas do tipo “censura de conteúdo”, “domínio da mídia” com o intuito de introjetar o “ideário de esquerda” no país e “manipulação informativa”, no entendimento deste autor, carece de aprofundamento argumentativo, pois são apenas bandeiras da oposição política a uma proposta de tentativa de corrigir procedimentos, realinhar comportamentos e estabelecer novas rotinas neste carente campo midiático. A regulação de conteúdo, e não censura, é necessária para acertar a produção regional, que é prevista em dispositivo legal, promovendo o crescimento do mercado televisual em todas as regiões do país, pulverizando-o da concentração da região Sudeste, gerando novos postos de trabalho, desenvolvendo tecnologias diversas, proporcionando surgimentos de talentos periféricos, divulgando novas narrativas audiovisuais e, principalmente, a exposição da diversidade cultural dos diversos rincões nacionais ao cidadão brasileiro.

A regulação de conteúdo é importante para corrigir alguns ruídos que estão presentes na política midiática, principalmente a de sons e imagens, fruto de revogação de leis prévias ou de inexistência específicas de dispositivos legais, tais como direito à resposta, detalhamento sobre veiculação de propaganda e publicidade<sup>14</sup>, a proteção da imagem da criança e do adolescente, propostas de indicação de classificação etária em programas televisivos e o fomento da educação infantil pela mídia.

A fim de rebater a hipótese de dominação midiática por parte do governo, evidencia-se destacar que a propriedade cruzada é um dos principais dispositivos geradores da

---

<sup>13</sup> Aprofundamento em Pieroni e Zapani (2016)

<sup>14</sup> Como é realizada a quantificação dos 25% de publicidade na grade de programação diária? Religião pode ser considerada publicidade? Como é regulada a publicidade para o público infantil?

concentração informativa e passível de manipulação do dado. Desta forma, caso o conglomerado midiático esteja em aliança com o governo, esta premissa pode ser verdadeira. No entanto, baseando nos ideais presentes nos projetos de regulação anteriores, inclusive no último que teve alguma ressonância – projeto Franklin Martins (2010) - o combate à propriedade cruzada fora um assunto em questão. Sendo assim, não havia interesse por parte do governo em controlar a mídia nem introjetar um novo sistema de governo. Pelo menos segundo as intenções dos projetos anteriores.

### **3. A AUDIÊNCIA ENTRE O ESCLARECIMENTO E O EMBRUTECEMENTO DA MÍDIA**

Após estas breves reflexões panorâmicas, será estabelecida nesta etapa uma relação dialética entre a regulação, seu objeto e sua própria subjetividade. Afinal, a audiência é capaz de analisar as sutilezas dos discursos da mídia e na mídia sobre sua regulação? Os grilhões midiáticos são realmente capazes de restringir a opinião e o poder decisório de seus consumidores, tornando-os víveres de um mundo sensível, aparente, da ordem do lugar comum e da efemeridade em detrimento da opção lógica racional, real e da essência?

O cidadão, mesmo inserido neste ambiente de acessibilidade informacional diversa, de produção independente de conteúdo na esfera pública, além de acesso democrático à comunicação, possui maioria e condições de sair da tutela de outrem, pensando com autonomia, mesmo sendo influenciado pelo soterramento, ou muitas vezes omissão, informacional da grande mídia e de seus interesses políticos e econômicos? A monofonia das concentrações midiáticas e a ubiquidade dos donos de fala nas suas diversas plataformas, inclusive nas convergências de meios, corroboram com estas indagações, pois ocorrem a banalização e omissão de discussões políticas importantes, há o enfoque em entretenimento e parca discussão. Creio que há “*traços predicativos*”[meu grifo] de embrutecimento intelectual dos consumidores midiáticos, que podem ser também caracterizados desta forma, quando se trazem à discussão os marxianos Antonio Gramsci e Louis Althusser e suas obras respectivas: “Os intelectuais e a organização da cultura”, de 1968, e “Ideologia e aparelhos ideológicos do Estado, 1974. Embora tenham discordâncias ideológicas entre si, caminham em um viés de que os meios de comunicação são aparatos essenciais à direção, à dominação e ao consenso da sociedade. Nenhuma classe teria o poder duradouro de controle do Estado sem exercer a hegemonia sobre os aparelhos ideológicos do Estado (ou aparelhos privados de hegemonia).



Diante da relevância e importância da direção e do controle das mídias, ressalta-se de importância o domínio do campo comunicacional pelos dirigentes, pois é nele que se instauram e se disseminam ideologias, o consenso identificatório coletivo de classes, a intermediação entre dirigentes e dirigidos e, principalmente, o local ativo da supremacia e da direção intelectual e cultural sobre uma classe ou uma massa. Os meios de comunicação se encontram em um local de construção de identidades, de atuação dos intelectuais orgânicos, de disputa hegemônica, de competição, de conflito, de embate cultural, de luta entre pares e de dominação ideológica. É nela que se produz o consentimento, constrói-se o consenso e mobiliza-se o apoio popular.

Cabe destacar uma citação do sociólogo Octávio Ianni, da sua obra “Enigmas da modernidade – mundo”, que corrobora com a opinião de tendência à parcialidade da mídia:

o que singulariza a grande corporação da mídia é que ela realiza limpidamente a metamorfose da mercadoria em ideologia, do mercado em democracia, do consumismo em cidadania. Realiza limpidamente as principais implicações da indústria cultural, combinando a produção e reprodução cultural com produção e reprodução do capital; e operando decisivamente na formação de “mentes e corações” em escala global. (2000, p.152)

A mídia é somente uma fonte, entre outras mais, responsável pela formação da opinião pública e individual, mas de grande evidência e eficácia. Segundo Carolina Matos, na sua obra “Mídia e política: globalização, democracia e identidade”, as audiências tornaram-se ativas tendo em vista a proliferação de novas tecnologias, a expansão da interatividade da internet, o surgimento da TV por assinatura e digital, a comercialização dos meios de comunicação. Isso tem sido acompanhado por transformações sociais, políticas e econômicas. As esferas públicas se fragmentaram em outras diversas esferas privadas e o estilo de vida mais individualizado.

Sendo assim, tomando por base a notoriedade de que os conteúdos programáticos brasileiros são dedicados em grande parte ao entretenimento e aos escapismos (ver gráfico 1 e tabela 1); que as produções midiáticas radiofônicas comerciais estão concentradas em restritos grupos empresariais; que a polifonia democrática é, ainda, uma utopia presente na política comunicacional nacional e que a instrumentalização política das mídias é uma atividade bastante presente, este autor corrobora com Carolina Matos quando esta pesquisadora dá certa credibilidade ainda a audiência como um personagem ainda com grande passividade.

Gráfico 1 - Série Temporal da Programação da TV Aberta por Categoria (2012 a 2015)<sup>15</sup>

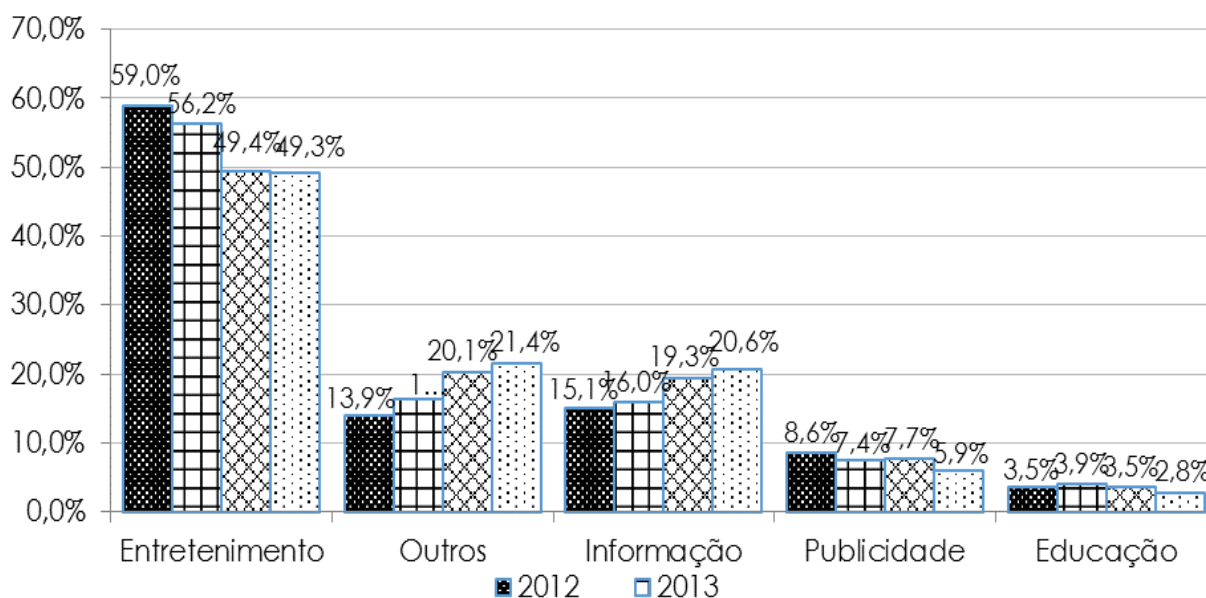


Tabela 1: Programação por Categoria e Gênero da BAND TV no ano de 2015

Categoria	Gênero	Número de Horas	%
<b>Educação</b>	Instrutivo	3:30:00	0,04%
<b>Educação</b>		<b>3:30:00</b>	<b>0,04%</b>
<b>Entretenimento</b>	Esportivo	1291:40:00	14,75%
	Série	1090:25:00	12,45%
	Variedades	345:00:00	3,94%
	Filme	325:50:00	3,72%
	Humorístico	299:25:00	3,42%
	Novela	219:10:00	2,50%
	Auditório	214:40:00	2,45%
	Reality Show	118:05:00	1,35%
	Infantil	74:10:00	0,85%
	Docudrama	73:55:00	0,84%
	Revista	70:10:00	0,80%
Game show	41:35:00	0,47%	
<b>Entretenimento</b>		<b>4164:05:00</b>	<b>47,54%</b>
<b>Informação</b>	Telejornal	2329:35:00	26,59%
	Debate	352:55:00	4,03%
	Entrevista	104:20:00	1,19%
	Documentário	46:05:00	0,53%

<sup>15</sup> Foi utilizado o site *Portal Hagah*, além de jornais e revistas de circulação nacional que publicam as sinopses e grades de programação fornecidas pelas emissoras a fim de quantificar o tempo de programação. Os dados compilados referem-se às grades de programação veiculadas em São Paulo, onde está sediada a maior parte das emissoras cabeça-de-rede do país. As categorias e gêneros adotados para a classificação da programação foram adaptadas do livro “Gêneros e Formatos na Televisão Brasileira”, de José Carlos Aronchi de Souza.

<b>Informação</b>		<b>2832:55:00</b>	<b>32,34%</b>
<b>Outros</b>	Religioso	1435:00:00	16,38%
	Eventos	44:10:00	0,50%
<b>Outros</b>		<b>1479:10:00</b>	<b>16,89%</b>
<b>Publicidade</b>	Telecompra	198:55:00	2,27%
	Sorteio	72:45:00	0,83%
	Político	8:40:00	0,10%
<b>Publicidade</b>		<b>280:20:00</b>	<b>3,20%</b>
<b>Total</b>		<b>8760:00:00</b>	<b>100,00%</b>

Fonte: ANCINE (2015)

Este autor considera que esta passividade e, principalmente, esta minoridade kantiana na tomada de uma decisão autônoma e racional pode ser sintetizada na citação de Jacques Rancière (2015, p.50), em “O mestre ignorante”, que o “Velho não embrutece seus alunos ao fazê-los soletrar, mas ao dizer-lhes que não podem soletrar sozinhos”. As relações de clientelismo entre os coronéis eletrônicos, a mídia e a sociedade política propiciam escassos debates e um quase silêncio noticioso com relação à temática regulatória, fruto do pouco interesse na emancipação intelectual da audiência, na restrita volição da grande mídia em interagir com a sociedade civil (academia, mídias alternativas, movimentos sociais, igreja) a fim de dirimir dúvidas (o que vê? O que pensar sobre? O que fazer a respeito?) e na indesejada redução do seu capital simbólico.

#### 4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

É notório que a legislação brasileira de telecomunicações e radiodifusão tem predicados extemporâneos à realidade em que hoje vivemos. No entanto, poucos são os debates sobre a mídia e mais escasso ainda dela sobre ela mesma. Recentemente voltou-se à tona o reiterado assunto dicotômico regulação – restrição midiática, principalmente no escopo da sociedade civil, mas ainda de forma bastante tangencial à sua real necessidade discursiva. Aspectos como formação de oligopólios, propriedade cruzada, sublocação de programação, normatização de conteúdo (detalhamento de publicidade, proteção à criança, direito à resposta, acesso plural ao conhecimento), transparência no processo de concessão radiofônica, entre outras diversas, são ainda negligenciados pela grande mídia radiofônica que se escora em falácias do tipo censura, restrição informativa ou atentado à democracia.

O cidadão, mesmo inserido neste ambiente de acessibilidade informacional diverso, possui maioria e condições de sair da tutela do dirigente político-midiático, pensando

com autonomia, mesmo sendo influenciado pelo soterramento, ou muitas vezes omissão, informacional da grande mídia e de seus interesses díspares.

A vontade individual, o incômodo da insubmissão e, sobretudo, *Sapere aude* kantiano servidos por uma inteligência baseada em um método racional e alheio às subjetividades e ao embrutecimento dos donos de fala podem vir a superar o senso comum das opiniões, a *anamneses* das efemeridades do mundo sensível e os discursos proselitistas de cunho políticos e econômicos na mídia de massa, propiciando um debate público e esclarecido.

Os tutores midiáticos e suas fórmulas embrutecem suas audiências, mesmo estas estando em liberdade e vivendo em um estado de direito democrático. Cabem-nas romper com a minoridade e com o embrutecimento intelectual dos grilhões dos donos de fala e debater sobre a regulação midiática dialeticamente de forma equânime e plural, interagindo com as sociedades civil e política e seus intelectuais, difundindo relevante tema da política comunicacional brasileira.

## 5. REFERÊNCIAS

ALTHUSSER, Louis. **Ideologia e aparelhos ideológicos do Estado**. São Paulo: Presença, 1974

ANCINE. Agência Nacional do Cinema. **Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual**, 2015. Disponível em: <http://oca.ancine.gov.br/estudos.htm>. Acesso em: 12 jul.16

BARBOSA, Bia.. Novo alvo do MPF: os políticos donos da mídia. **Revista Carta Capital**. Disponível em: <http://www.cartacapital.com.br/blogs/intervozes/novo-alvo-do-mpf-os-politicos-donos-da-midia-3650.html>. Acesso em: 12 jul. 2016.

GRAMSCI, Antonio. **Os intelectuais e a organização da cultura**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1968.

IANNI, Octavio. **Enigmas da modernidade - mundo**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2000.

LIMA, Venício. **Os interesses explicitados**. **Observatório da Imprensa**, 2011a. Disponível em:<http://observatoriodaimprensa.com.br/interesse-publico/os-interesses-explicitados/> Acesso em: 02 jun. 2015.

\_\_\_\_\_. **Governo admite propriedade cruzada**. **Observatório da Imprensa**, 2011b. Disponível em:<http://observatoriodaimprensa.com.br/interesse-publico/governo-admite-propriedade-cruzada/>. Acesso em: 03 mai.2015.

\_\_\_\_\_. **Mídia: teoria e política**. São Paulo: Perseu Abramo, 2012.

MATOS, Carolina. **Mídia e política: globalização, democracia e identidade**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2013.

PIERONI, Geraldo; ZAPANI, André. **Coronelismo eletrônico: a concentração de poder midiático nacional e no Paraná**. Revista Ação Midiática, Curitiba, nº 11, jan. /jul. 2016, p.241-266, 2016. Disponível em: <http://revistas.ufpr.br/acaomidiatica/article/view/46285>. Acesso em: 13 jul 2016.

RANCIÈRE, Jacques. **O mestre ignorante: cinco lições sobre a emancipação intelectual**. Belo Horizonte: Editora Autêntica, 2015.

REVERBEL, Paula. Ações visam cassar licenças de rádio e TV de 40 congressistas. **Folha de S.Paulo**. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/poder/2015/11/1709360-acoes-visam-cassar-licencas-de-radio-e-tv-de-40-congressistas.shtml>. Acess em: 12 jul. 2016.

SANTOS, Suzy. **E-Sucupira: o coronelismo eletrônico como herança do coronelismo nas comunicações brasileiras**. E-Compós: Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-graduação em Comunicação. Online: ed.7, dez 2006, dossiê temático Economia Política da Comunicação. Disponível em: [www.compos.org](http://www.compos.org). Acesso em: 10 jun. 2016.

\_\_\_\_\_. Relações incestuosas: mercado global, empresariado nacional de radiodifusão e líderes políticos/regionais. In: FREIRE FILHO, João; HERSCHMANN, Micael (Org.) **Novos rumos da cultura da mídia: indústrias, produtos, audiências**. 1 ed. Rio de Janeiro: Mauad, 2007, v.1, p.121-142.

\_\_\_\_\_. Os prazos de validade dos coronelismos: a circunscrição a um momento de transição do sistema político como herança conceitual do coronelismo ao coronelismo eletrônico. In: SARAIVA, Enrique; MARTINS, Paulo Emílio Matos; PIERANTI, Octávio (Org.). **Democracia e regulação dos meios de comunicação de massa**. 1ed. Rio de Janeiro: FGV, 2008, v.1, p.223-241.

SANTOS, Suzy; CAPPARELLI, Sérgio. Coronelismo, radiodifusão e voto: a nova face de um conceito. In: BRITTOS, Valério; BOLAÑO, César (Org.). **Rede Globo: 40 anos de poder e hegemonia**. São Paulo: Paulus, 2005, p. 77-101.

SOUZA, José Carlos de. **Gêneros e Formatos na Televisão Brasileira**. São Paulo: Editora Summus, 2004.

ZAPANI, André Kron, **Capitanias midiáticas neopentecostais – a busca pela hegemonia nos campos político, midiático e religioso**. In: XI Encontro da Sociedade Brasileira dos Profissionais e Pesquisadores de Comunicação e Marketing Político (POLITICOM), Curitiba, 2011.