
Comunicação, Mídias e Liberdade de Expressão: os Modelos de Regulação da Mídia no Brasil e na Argentina - análise comparada no período 2003-2015¹

Rodolfo Silva Marques

Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, Rio Grande do Sul, RS

Universidade da Amazônia, Belém, Pará, PA

Resumo

O trabalho analisa os modelos de governança de regulação da mídia no Brasil e na Argentina. A premissa é que tal regulação não causa prejuízos à liberdade de expressão nos dois países. Pergunta-se: que impactos da regulação da mídia nos processos democráticos no Brasil e na Argentina, entre 2003-2015? O objetivo é pesquisar, em análise comparada, as relações entre governos federais e os mídias nos dois países, verificando os processos de regulação da mídia - e do trabalho jornalístico das empresas/profissionais por parte dos governos federais de cada país. Como procedimentos metodológicos, adotam-se a revisão de literatura, análise dos documentos específicos sobre o tema nos dois países e entrevistas em profundidade no que se refere ao tema.

Palavras-chave: Comunicação; Liberdade; Expressão; Regulação; Mídia

Introdução

Discutir a regulação da mídia, a partir de seus modelos de governança e das implicações democráticas, é extremamente relevante, principalmente quando se percebe um relativo estado de tensão, em alguns países sul-americanos, na relação entre governos e veículos de comunicação.

Para Miguel (2001,70), “... *O controle dos meios de comunicação é um dos principais pontos de estrangulamento da prática da democracia (...) uma questão central a ser enfrentada por aqueles que desejam o aprimoramento das instituições democráticas.*”

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação, Mídias e Liberdade de Expressão (DT 8: Estudos Interdisciplinares), XVI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

Como entender melhor o que significam regulação, democratização ou censura à mídia? Os termos utilizados para se identificar a proposta de mudar as normas que regulamentam os veículos de comunicação no Brasil deixam claro o tamanho da polêmica que envolve o tema.

Há duas correntes bem claras de pensamento a respeito do tema: a que defende a regulação como um meio para democratizar o acesso das pessoas às informações através dos meios de comunicação; e a que trata a regulação como uma forma de o governo interferir no conteúdo veiculado pelas mídias.

A hipótese é a de que os modelos de governança da regulação da mídia contribuem para o avanço dos processos democráticos no Brasil e na Argentina.

A metodologia é qualitativa, analisando os modelos de governança nas tentativas de regulação da mídia no Brasil e na Argentina, suas implicações e os argumentos favoráveis e desfavoráveis a tais processos de regulação. No caminho qualitativo, são usados o Estudo Comparado, ao avaliar Brasil e Argentina; e a Análise de Conteúdo, considerando os argumentos, no Brasil e na Argentina, contra e a favor da regulação da mídia - além dos documentos em ambos os países a respeito do assunto.

1. Liberdade de Expressão, democracia e Regulação da Mídia

A compreensão da cultura política e da opinião pública depende diretamente de serem identificadas as razões para a existência dessas atitudes, ou seja, as relações entre a democracia e os meios de comunicação. A construção conceitual que é feita a partir da centralidade da informação e da comunicação são elementos orientadores para o desenho destas relações políticas.

Na discussão sobre democracia, Held (1987, 254-255), destaca que "*... Os defensores da democracia liberal tenderam a se preocupar, acima de tudo, com os princípios e procedimentos corretos do governo democrático*". Para ele, no modelo liberal de democracia, os defensores de tal perspectiva concentram-se apenas no governo e desviam a atenção de análise mais completa nas relações entre os direitos formais e reais;

os compromissos para tratar livremente os cidadãos; as noções de partidos políticos; e a possibilidade de participação política por parte dos cidadãos.

A teoria é conhecida como a "teoria do desenvolvimento humano", que mostra um desenvolvimento em duas fases - a da industrialização, que leva a um processo de mudança cultural, racionalização e burocratização; e a da sociedade pós-industrial, gerando o segundo processo de mudança cultural e, além da sequência burocratização-racionalização, há um enfoque maior aos valores de autoexpressão e à autonomia individual.

Problematizando, não se trata mais de somente regular as condições para o funcionamento democrático da mídia – mas tratar do seu conteúdo e da fiscalização dos atos dos próprios governos. Há uma ideia de se discutir a cultura política em perspectiva comparada, com a investigação sobre políticas, processos, regras e consequências.

Em alguns países, como a Inglaterra, o processo de regulação da mídia e os debates em relação ao tema já estão avançados. No país europeu, há um órgão estatal da radiodifusão, o Ofcom (*Office of Communications*), e uma agência de autorregulação, a PCC (*Press Complaints Commission*), que será substituída, até 2015, para que surja outra com mais poder de interferência, depois do escândalo envolvendo o jornal *News of the World* (grupo *News Corporation*), pertencente ao empresário de Rupert Murdoch.

2. Liberdade de expressão e Regulação da Mídia: alguns conceitos

A partir do viés institucionalista, é necessário ressaltar que a radiodifusão é, assim com alguns serviços públicos (fornecimento de energia, transporte coletivo, sistema de saúde), está no campo das concessões e precisa de regras para funcionar. Especificamente em relação às mídias eletrônicas, a existência dessa regulamentação é essencial em função do impacto social dos meios de comunicação de massa.

Para quem defende um modelo interventor-institucional da regulação da mídia, e a partir da presença e da influência dos meios de comunicação na sociedade, existe claramente a necessidade de o Estado regular este setor. A regulação seria não de conteúdo, mas a prioridade dada ao interesse público. Segundo este grupo, regular os meios de comunicação seria uma exigência constitucional para definir regras concretas para o

funcionamento destes veículos. Os defensores dessa premissa destacam que alguns artigos da Constituição que falam do setor não foram regulamentados pelo Congresso. Tais artigos proíbem monopólios e oligopólios, estabelecem que a programação deve atender a critérios regionais e determinam regras para publicidade.

No Brasil e na Argentina, emissoras de rádios e TV são concessões públicas. Em uma comparação simples, seria como se o governo "emprestasse" às empresas o espaço para transmissão - um bem público. Por tal motivo, assim como outros setores em que há concessões, são passíveis de regulação.

Para os questionadores da regulação, qualquer tipo de regras que se possam impor deixam claro uma forma de cercear o trabalho da imprensa e dos meios de comunicação, sendo um atentado à liberdade de expressão. Seria um modelo similar a países de veículos de comunicação únicos e oficiais, como China e Cuba.

A UNESCO (Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura) considera que há razões para que a regulação de conteúdo exista nos meios de comunicação, como promover a diversidade cultural; permitir proteção dos cidadãos contra conteúdos que estimulem o ódio e o crime; proteger crianças e adolescentes, entre outros fatores.

Quatro pontos fundamentais entram em debate a respeito da regulação da mídia no país, portanto: a) a função da TV pública; a concentração da propriedade dos meios de comunicação por oligopólios; a propaganda voltada para o público infantil e adolescente; e o uso da propaganda governamental, considerando-se os gastos financeiros oriundos dos impostos dos contribuintes brasileiros.

Durante os dois governos do Presidente Lula (entre 2003 e 2010), o seu partido, o PT (Partido dos Trabalhadores), chegou a pautar o debate da regulação da mídia em seus programas de governo, mas não houve avanços neste sentido. A sociedade civil tomou a questão para si e tenta viabilizar a discussão.

3. Regulação da mídia, modelos de governança e liberdade de expressão

É possível compreender, portanto, de que os indicadores do funcionamento de uma democracia - inclusive no que se refere à discussão em torno da liberdade de atuação dos

meios de comunicação e das empresas editoriais - estão muito ligados aos modelos aplicados a cada país e a como a sociedade percebe tais movimentos e relações estabelecidos entre as instituições.

Held (1987, 255) ressalta: "*... para que a democracia possa florescer atualmente, ela tem que ser reconhecida como um fenômeno dual: preocupada, por um lado, com a reforma do poder do Estado e, por outro, com a reestruturação da sociedade civil*". No Brasil, o jornalista Franklin Martins, ex-ministro-chefe da Secretaria de Comunicação Social, durante o segundo Governo Lula (2007-2010), sempre foi defensor da regulamentação da mídia.

Outros defensores da regulação da mídia, em geral, abordam algumas questões fundamentais para o debate. Para Lima (2006, 38), "*... é recorrente a confusão entre controle e censura. (...) A regulação democrática ou a regulação dentro dos princípios do Estado Democrático de Direito são alguns dos pleonasmos utilizados para deixar claro que o objetivo de determinada política reguladora não consiste em estabelecer uma prática de censura dos meios de comunicação.*"

Além dos aspectos de conteúdo e infraestrutura, a avaliação de características históricas de cada país é fundamental para ser traçado o perfil de um determinado sistema midiático. O passado autoritário e um sistema concentrado de mídia privada oferecem realidades muito semelhantes para a América Latina - apesar das perceptíveis peculiaridades locais. Nesta esfera de debates, as temáticas referentes às políticas de Comunicação no Brasil e na Argentina, assim como nos demais países latino-americanos, contam com um desenvolvimento específico.

A primeira associação entre liberdade de expressão e liberdade de imprensa é totalmente inadequada. A liberdade de expressão aparece seis séculos antes de Cristo associada a uma capacidade de autogoverno, que hoje se aproximaria da ideia de cidadania. Já a liberdade de imprensa implica a existência da imprensa, que só aparece no final do século XV. Quando se estuda a história dos meios de comunicação, se pode ver como a ideia original de liberdade de expressão está longe dessa instituição que hoje se constitui de grandes conglomerados multimídia. O que há são as expressões das posições desses grupos empresariais. De forma nenhuma podem ser entendidas como porta-vozes da liberdade de expressão coletiva. (LIMA, 2007, p. 49)

No Brasil, a despeito da alta popularidade de que desfrutou o presidente Lula (2003-2010) e de que dispôs, em parte de seu primeiro mandato, a presidente Dilma Rousseff

(2011-2014), nem assim, o Partido dos Trabalhadores – PT – decidiu retomar a intenção de criar o chamado “marco regulatório da comunicação social”.

O ex-ministro da Casa Civil e réu condenado no processo do “mensalão”, José Dirceu, estabeleceu, em seu blog (www.zedirceu.com.br), algumas prioridades do Partido dos Trabalhadores (PT) – uma delas seria a Regulação da mídia. Segundo ele, em seu blog “*o partido faz muito bem em eleger esta regulação como umas das principais metas a serem conquistadas em 2015, ao lado da reforma política, imprescindível ao país(...)*”.

Recentemente, o site do Partido dos Trabalhadores divulgou que, com a vitória da Presidente Dilma Rousseff, em outubro, e seguindo na íntegra o plano definido pelo seu partido no segundo mandato, o governo federal batalhará pela aprovação de leis relacionadas ao sistema das comunicações eletrônicas no país.

O PT incluiu em seu plano de governo o que chama de regulação da mídia. O conteúdo está inserido nas “Diretrizes de Programa de Governo”, que foram aprovadas pela comissão executiva da legenda no final do mês de maio de 2014.

No documento de diretrizes, o PT reservou uma seção importante para abordar o trabalho da imprensa, intitulado “Democracia na comunicação”. O partido acredita que uma nova legislação para acompanhar o setor atualizará as “conquistas cidadãs da Constituição Federal”. Faz parte do documento o seguinte trecho (2014): “*Uma nova regulação dos meios de comunicação deve proteger e promover os direitos humanos e combater os monopólios*”.

A regulação da mídia é uma plataforma histórica do PT. Após sua vitória eleitoral, a Presidenta Dilma Rousseff fez declarações defendendo a regulação econômica da mídia - negando, peremptoriamente, qualquer objetivo de se regular conteúdo.

O Fórum Nacional pela Democracia da Comunicação destaca que cinco emissoras grandes de TV controlam o mercado brasileiro - Globo, SBT, Record, Band e Rede TV! dominam o mercado brasileiro. No texto, não há qualquer menção a casos que supostamente seriam considerados monopólios – o que, na visão do partido, mereceria ser combatido.

A então presidente da República, Dilma Rousseff, todavia, em nenhum momento divulgou de forma pública qualquer suporte institucional aos processos de regulamentação

da mídia. A presidente, inclusive, chegou a afirmar que o único controle no setor que existiria sob sua gestão seria o “controle remoto”.

No caso argentino, em outubro de 2013, a Suprema Corte de Justiça daquele país tomou decisão favorável pela constitucionalidade da *Ley de los Medios*, que trata - de forma combativa - do monopólio dos meios de comunicação. O principal afetado por essa decisão da justiça argentina é o grupo Clarín, maior grupo de comunicação do país. A maior corporação multimídia da Argentina terá de ceder, transferir ou vender de 150 a 200 licenças, além dos edifícios e equipamentos onde estão suas emissoras. A Justiça determinou que até 2015 a lei seja aplicada em sua plenitude. A decisão mostra uma das mais importantes vitórias políticas de Cristina Kirchner, que se empenhou pessoalmente para aprová-la.

As regras da Lei de Mídia obrigam 21 grupos a vender parte de seus ativos sob o pretexto de “evitar a concentração da mídia”.

A questão do acesso à informação também poderá entrar no debate, mas não como categoria central. Busca-se aqui perceber os modelos de governança na regulação dos meios de comunicação nos países analisados e de que maneira há a percepção e a manifestação dos valores de autoexpressão das sociedades brasileira e argentina.

Desta forma, discutir os modelos de governança do processo de regulação da mídia significa propor um debate sobre cultura política, opinião pública, intencionalidades, limites e relações entre instituições políticas, dentro do campo dos princípios democráticos de liberdade de expressão e do pleno funcionamento das próprias instituições.

Nesse contexto, Mídia é o conjunto de meios de Comunicação Social, empresas e conteúdos editoriais de um país. Mídia é o conjunto dos meios de comunicação que divulga informações através de suas equipes de jornalistas e de seu núcleo editorial de conteúdo e é formada por várias empresas, em sua grande maioria, particulares, como concessões governamentais e na relação entre iniciativa privada e governo.

Como quaisquer empresas, há interesses econômicos, sociais, mercadológicos e políticos. É importante perceber também como as sociedades de ambos os países realizam a regulação dos veículos de comunicação social - como elas percebem o funcionamento dos governos e da atuação dos veículos de comunicação.

No discurso governamental, tanto no Brasil quanto na Argentina, os objetivos institucionais seriam "quebrar" os monopólios ou oligopólios das principais empresas de comunicação nos países no sentido de aumentar os investimentos na televisão pública ou mesmo em jornais impressos tidos como mais "democráticos".

Para os defensores da regulação, ela serviria como "ponte", a mediadora entre os interesses da mídia e do público, defendendo os interesses deste, a priori. Tal corrente defende que uma nova regulação dos meios de comunicação deve combater monopólios, oligopólios e proteger e promover os direitos das pessoas, inclusive o de acesso à informação. Fala-se em uma mais ampla e irrestrita liberdade de expressão.

Neste debate, percebe-se uma confusão conceitual entre liberdade de imprensa e de empresa. No Brasil e na Argentina, durante períodos ditatoriais, o Estado optou por regular o direito de liberdade de imprensa – chegando até a descaracterizá-lo e anulá-lo. Nesse contexto, para ter acesso maior às decisões governamentais, poderia envolver uma participação maior da sociedade civil - interessada na garantia dos direitos fundamentais.

Para os contrários à regulamentação da mídia, ao tentar regulamentar ou até mesmo "interferir" no conteúdo exibido pelos jornais impressos e nas emissoras de televisão e rádio em um país, o Estado tentaria manter, sob sua tutela, o conteúdo será "informado" ou "comunicado" à população, dentro da perspectiva de reforçar apenas aspectos positivos e tentar colocar em segundo plano os aspectos negativos das respectivas gestões governamentais – como se observa na comunicação institucional já praticada por diversos órgãos públicos nos países analisados.

O argumento usado aqui é o da censura. Sem uma imprensa livre de constrangimentos institucionais indevidos, atos de corrupção não seriam desnudados nem tampouco obteriam a necessária reverberação junto à opinião pública. Os eventuais excessos na formulação das denúncias não elidem os evidentes ganhos que se obtém com a sua publicação.

Na Argentina o processo de regulação da mídia por parte dos governos já se encontra em estágio bem avançado, como as intervenções do Governo da Presidente Cristina Kirchner junto ao grupo *El Clarín*, na Argentina. Já no Brasil, houve e há tentativas para a execução de tal processo, como a proposta de criação do Conselho Federal de Jornalismo no país.

(...) No Brasil, há um modelo tradicional de barganha política, consolidado na ditadura militar. Os coronéis eletrônicos exercem uma influência na formação da opinião pública de duas formas. A primeira é direta, porque controlam o acesso ao debate público. A segunda é indireta por impedirem eventuais concorrentes em uma disputa eleitoral de terem acesso a esse debate. Há um desvirtuamento do processo democrático, que favorece a esses grupos políticos em vez de facilitar a universalização da liberdade de expressão. Um dos pontos críticos na legislação brasileira, que favorece essa apropriação, é o artigo 54 da Constituição, que trata da presença de eleitos para cargos públicos em concessões de rádio e TV. Como o Congresso Nacional ratifica as concessões definidas pelo Executivo, existe a situação absurda de concessionários interferirem diretamente no processo de aprovação das licenças. Uma mesma pessoa é poder concedente e concessionário. Isso não pode existir. (LIMA: 2007, 43)

No Brasil, no período da ditadura militar (1964-1985), além da censura, o regime atuou para "fortalecer" as principais emissoras de TV como ferramentas de suas estratégias de poder. No período, houve subsídios às empresas - como a TV Globo -, incluindo verbas publicitárias oficiais e outras formas de apoio financeiro. Já havia à época algum espaço para a discussão para o estabelecimento do marco regulatório para a mídia e para a imprensa, regulamentando a o funcionamento dos veículos de comunicação.

Dentro também de um retrospecto histórico a ser mais aprofundado, não é lúcido deixar de lado a situação atual e real dos meios de comunicação social no Brasil. A história da TV no Brasil tem início nos anos, com iniciativa do empresário Assis Chateaubriand, que controlou uma cadeia de jornais e emissoras de rádio - o grupo "Diários Associados". A televisão no Brasil, desde o início, foi prioritariamente da iniciativa privada, com objetivo fundamental de lucro - realidade que permanece hoje. Apesar do caráter privado das empresas de comunicação, não se pode esquecer que há o aspecto público da radiodifusão.

Nos processos de redemocratização em alguns países latino-americanos, nos anos 1980 e 1990, países como Argentina, Brasil, Equador e Uruguai debateram e debatem e, em alguns casos, realizam alterações importantes nas suas respectivas leis relacionadas aos meios de comunicação. Instituições não-governamentais, como a Rede de Observatórios de Mídia) e a seção latino-americana do Fórum Global para o Desenvolvimento da Mídia também são iniciativas recentes de discutir tal agenda.

Ainda em 2014, vence o prazo para que os grupos de mídia argentinos que ainda não se enquadraram na *Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual - Ley de medios* - mostrem suas propostas de “desinvestimento”, isto é, de venda de parte de suas plataformas de mídia.

Há um questionamento dentro da sociedade argentina de que o Grupo Clarín, maior grupo de comunicação do país platino e o que seria mais "atingido" pela Ley de medios, foi um importante sustentáculo da governo da Junta Militar (1976-1983).

No Brasil, no 4º Congresso Nacional do Partido dos Trabalhadores (PT), realizado em setembro de 2011, foi defendida a instituição de “um novo marco regulatório para as comunicações no País”, reacendendo o conflito entre governo e mídia. Em sua posse como presidente eleita, Dilma Rousseff declarou peremptoriamente que preferiria o barulho da mídia livre ao silêncio das ditaduras (2010: 6).

Cogitou-se então que as tentativas de se criar a regulação da mídia haviam sido abandonadas pelo Partido dos Trabalhadores (PT), legenda que liderou a coalizão de partidos sob a qual Lula (2003-2010) e, depois, Dilma Rousseff (2011-2014 e 2015-em andamento) chegaram à Presidência da República.

No entanto, ao final deste Congresso do PT, a Resolução Política do encontro reclamou a abertura de um debate no Congresso Nacional objetivando criar “o marco regulador da comunicação social” (2011: 16).

Ainda no mesmo documento, que reúne as teses aprovadas no referido congresso, o falseamento dos fatos pela “mídia marrom de certos veículos (de comunicação)” justificaria a “luta por um marco regulatório capaz de democratizar a mídia no País.” (2011: 16).

A delimitação temporal de 12 anos tem por objetivo mapear melhor os argumentos e os fatos ocorridos no Brasil e na Argentina na relação entre regulação da mídia e processos democráticos nos dois países, até mesmo pela permanência, em ambos, dos mesmos grupos políticos nos Governos Federais. Desta forma, estabelecem-se algumas categorias a serem discutidas nos modelos de governança da regulação da mídia no Brasil e na Argentina:

TABELA 1: VARIÁVEIS PARA SE ANALISAR A REGULAÇÃO DA MÍDIA

Categoria	Brasil	Argentina
Quebra de oligopólios	Sim	Sim
Propaganda eleitoral e	Não	Sim

Programas "oficiais"		
Propaganda infantil e Classificação indicativa	Sim	Sim
TV Pública	Não	Sim

Fonte: Autoria própria

A perspectiva é mostrar as semelhanças no processo de regulação de mídia entre Brasil e Argentina, fazendo uma trilha histórica e focando no período 2003-2015, e, a partir daí, tratar das possíveis diferenças em tais processos, com reflexos no funcionamento democrático nos países.

A Argentina conta com a *Ley de Medios* - Lei de Meios Audiovisuais –, para controlar o conteúdo veiculado pela mídia no país. No modelo argentino, implantado a partir de 2013 via *Ley de Medios*, o foco principal é na quebra dos oligopólios da comunicação com a possibilidade de mais grupos de comunicação terem acesso a publicar informações, conteúdos e comercializar propaganda.

A lei determina para os meios privados de radiodifusão nacional um máximo de 35% do mercado em cobertura de televisão aberta e 35% de assinantes em televisão a cabo, 10 licenças de rádio, 24 de televisão a cabo e uma de televisão por satélite (emissora por assinatura). Para balizar tais discussões, serão utilizados alguns bancos de dados.

O Latino Barômetro é uma dessas fontes. A *Freedom House* tem um ranking sobre a liberdade de mídia ao redor do mundo.

O grupo *El Clarín* é um dos principais grupos latino-americanos de mídia, com o jornal de maior circulação da Argentina, canais de televisão abertos e fechados, rádios e outras mídias, com um volume financeiro aproximado de 2 bilhões de dólares no ano de 2012, segundo o relatório divulgado pela organização *Freedom House*.

A legislação argentina, apoiada pelo Poder Executivo do país e referendada pelo Congresso em 2009, foi criticada pelo grupo *El Clarín*, que a considera um medida direcionada para destruir esse conglomerado de comunicação. A Presidente da Argentina na maior parte do período analisado (2007-2015), Cristina Kirchner, tentou estatizar a empresa

que produz papel no país, criando constrangimento com a intenção de inibir as críticas do grupo *El Clarín*.

Em abril de 2013, um tribunal argentino decidiu a favor do grupo editorial no confronto com o governo argentino ao declarar inconstitucional um artigo da lei de mídia audiovisual que limita o número de licenças de TV fechada. De acordo com a Classificação Mundial de Liberdade de Mídia de 2011-2012, a Argentina ocupa o 47º lugar; o Brasil, a 99ª posição, tendo caído nada menos do que 41 lugares desde o último relatório.

O período foi escolhido por apresentar os governos, tanto no Brasil quanto na Argentina, que retomaram de maneira mais intensa o debate a respeito da regulação da mídia (Nestor Kirchner e Cristina Kirchner, a partir de 2003, na Argentina; e Lula, com dois mandatos entre 2003 a 2010 e Dilma Rousseff, a partir de 2011-2014 e 2015, no Brasil) - e quando foram registrados alguns conflitos e tensões entre Governos e mídias nos países.

Conclusões Preliminares

Em um primeiro momento, é necessário verificar que, a partir dos modelos de governança adotados, o processo de regulação de mídia pode – ou não – avançar além do aspecto econômico. Permitir o maior acesso às informações a um grupo maior de pessoas é o ponto principal em comum entre os modelos de governança da regulação da mídia no Brasil e na Argentina, a partir da "quebra" dos oligopólios de comunicação.

No caso argentino, o processo já está em processo bem mais avançado, enquanto que no Brasil se trata de um projeto muito mais de um partido - o PT - do que propriamente do Governo Federal. A Presidente Dilma Rousseff (2015-dias atuais) , embora já tenha se manifestado a favor da regulação econômica da mídia no Brasil, parece não esboçar quaisquer esforços para o tema entrar em pauta - até porque há outras temáticas que estão muito mais em evidência na agenda presidencial.

No Brasil, alguns episódios no final da campanha presidencial de 2014, como a publicação, pela Revista "Veja" e pelos jornais "Folha de São Paulo" e "O Estado de São

Paulo" de um suposto depoimento do doleiro Alberto Youssef à Polícia Federal, através do instituto da "delação premiada", dando conta de que tanto a Presidente Dilma Rousseff quanto o ex-Presidente Luís Inácio Lula da Silva (ambos do PT), tinham conhecimento de uma esquema de corrupção dentro da Petrobras, acirraram os ânimos entre as candidaturas do PT e do PSDB (Aécio Neves).

Tais acontecimentos voltaram a colocar em pauta a questão do "peso" real (além dos interesses) do conteúdo veiculado pela imprensa em relação a um processo eleitoral, ainda mais quando há um grande nível de acirramento, com os números entre os dois candidatos bem próximos nas pesquisas de intenção de voto.

A Presidente Dilma Rousseff prometeu, no último dia de seu programa eleitoral (24.10.2014) processar a Revista "Veja" e a Editora Abril por exibir uma capa e um conteúdo "sem provas, às vésperas do dia das eleições". Na ocasião, a publicação veiculou acusações contra a Presidente Dilma e contra o ex-Presidente Lula de uma suposta ligação com um esquema de corrupção na empresa estatal Petrobras.

Dessa forma, é importante considerar que propostas de intervenção, regulamentação, quebra de oligopólios, "cassação" de direitos à liberdade de expressão, um maior acesso aos conteúdos informativos por parte da população, os questionamentos da sociedade aos mídias - tudo isso está em discussão e precisa ser reavaliado.

Referências

ADORNO, Theodor. **A indústria cultural**. In: COHN, Gabriel. (Org). Comunicação e indústria cultural. 4. ed. São Paulo: Nacional, 1978. p. 287-295.

ALDÉ, Alessandra; Mendes, Gabriel; Figueiredo, Marcus. **Mídia e eleições presidenciais: natureza e consequências da cobertura das eleições de 2002 e 2006**. In: Lima, Venício B. De (Org). A mídia nas eleições de 2006. São Paulo. Fundação Perseu Abramo, 2007, p. 65-87.

BREED, Warren. **Social control in the newsroom: a functional analyses**. University of Carolina Press: Social Forces, Vol. 33, Nº 4 (May, 1955), pp. 326-335.

DAHL, Robert. **Poliarquia** (edição atualizada). São Paulo: Edusp, 2005.

FREEDOM HOUSE (Mo Ibrahim Foundation), no *site* www.moibrahimfoundation.org/.../freedom-house-freedom. Acesso em 14 de setembro de

2014. GOTHENBURG, University of. The QOG BASIC DATASET (Bando de Dados Mundo). 2012.

HELD, David. **Models of democracy**. 3. ed. Belo Horizonte: Paideia, 1987.

INGLEHART, Ronald; WELZEL, Christian. **Uma teoria revisitada da modernização**. Modernização, mudança cultural e democracia. São Paulo, Ed. Verbena, 2009

JACKS, Nilda. **As pesquisas de recepção e o estudo das mediações**. In: ____ . Querência: cultura regional como mediação simbólica. Porto Alegre: Ed. Universidade / UFRGS, 1999. p. 46-61.

LIMA, Venício A de. **Mídia: crise política e poder no Brasil**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2007.

_____. **Regulação das comunicações: História, poder e direitos**. São Paulo: Paulus, 2011.

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

MCQUAIL, Denis. **Atuação da mídia: comunicação de massa e interesse público**. São Paulo: Penso, 2011.

MIGUEL, Luiz Felipe (org.). **Dossiê Mídia e Política**. Revista Brasileira de Sociologia e Política (número 21): São Paulo, 2004.

_____. **Modelos utópicos de comunicação de massa para a democracia**. Revista Doutrina. (www.cebela.org.br/imagens/Materia/2004.pdf)

MORAES, Dênis de; RAMONET, Ignacio; SERRANO, Pascual. **Mídia, poder e contrapoder: da concentração monopólica à democratização da informação**. Rio de Janeiro: Boitempo, 2013.

MORIN, Edgar. **Cultura de massas no século XX: o espírito do tempo**. 9. ed. Rio de Janeiro: Forense, 1997.

MORLINO, Leonardo. **Qualities of democracy: How to Analyze Them**. Roma, 2009.

Partido dos Trabalhadores. Resolução Política do 4º Congresso do Partido dos Trabalhadores. Disponível no site: www.pt.org.br. Acesso em: 19.03.2012.

PORTO, Mauro. **Enquadramentos de Mídia e Política**, em A.A. Canelas Rubim (org). Comunicação e Política: Conceitos e abordagens. Salvador, 2004, EDUFBA.

ROUSSEFF, Dilma. **Discurso de posse** (2010). Disponível no site: www1.folha.com.br. Acesso em: 19.03.2014.

SANTOS, Wanderley Guilherme dos Santos. **Poliarquia em 3D**. Rio de Janeiro: Revista Dados, 1998.

THOMPSON, John. **O escândalo político: poder e visibilidade na era da mídia**. 4. ed. São Paulo: Vozes, 2012.

UNESCO. **Um mundo e muitas vozes: comunicação e informação na nossa época**. Rio de Janeiro: FGV, 1983.

VIRILIO, Paul. **A arte do motor**. São Paulo: Estação Liberdade, 1996.

www.fenaj.org.br. Acessado em 17 de setembro de 2013.

www.infolatam.com.br/2013/01/31/chile-lidera-em-2012-o-maior-avanco-da-liberdade-de-midia-na-america-latina/. Acessado em 11 de setembro de 2015.

www.infoleg.gov.ar/infolegInternet/anexos/155000-159999/158649/norma.htm

www.msn.com/pt-br/noticias/brasil/o-que-significa-regular-a-m%C3%ADdia/ar-BBg6AB9

www.observatoriodamidia.com.br.

www.ocafezinho.com/2013/10/29/ley-dos-medios-e-aprovada-pela-suprema-corte-argentina/

www.zedirceu.com.br. Acessado em 14 de agosto de 2013.