
Legislação e Concentração de Mídia no Brasil: três décadas de políticas de comunicação (1988-2018)¹

Vitor Pereira de ALMEIDA²

Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, MG

RESUMO

A proposta deste artigo é discutir a evolução recente e as principais questões que marcaram a legislação em relação à concentração de mídia no Brasil. Para entender melhor a formação dos oligopólios dos meios de comunicação e suas formas de poder no país recorre-se a pesquisas bibliográficas e documentais à luz de autores como Raymond Williams, Francisco Rui Cádima e Venício Lima, entre outros. O rádio e a televisão, tema central de pesquisa desenvolvida pelo autor no PPGCOM da UFJF, chegam a mais de 90% das residências do país e grupos familiares das regiões Sul, Sudeste e Nordeste dominam esses veículos de comunicação. Este artigo destaca as principais medidas da legislação brasileira de mídia desde a Constituição de 1988 até o governo de Michel Temer, quando tem início o processo de desmonte da Empresa Brasil de Comunicação, com a edição da MP 744.

PALAVRAS-CHAVE: Legislação de mídia; Concentração; Oligopólios; Desmonte da EBC.

INTRODUÇÃO

O Brasil é um país com proporções continentais, o que por si só dificulta análises e torna mais trabalhoso uma comunicação plural visto que não existe acessibilidade aos veículos que produzem material audiovisual em todos os rincões do país; a produção audiovisual se encontra concentrada no eixo sudeste-sul. A televisão, principal foco da

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Pesquisa Geografias da Comunicação, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutorando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFJF, e-mail: vitoralmeida_cefet@hotmail.com

pesquisa, e o rádio chegam a mais de 90% das residências do país e sete famílias dominam esses veículos de comunicação. Dada a concentração do setor de mídia, os grupos detentores acabam exercendo influência nas políticas destinadas à comunicação. Ao se tratar da televisão em específico, os moldes americanos de concessão foram seguidos na implantação da televisão brasileira, o que acabou por consolidar a exploração das concessões de radiodifusão por parte do Estado a grupos privados; criando o oligopólio de mídia atual. Assim, os grupos televisivos tiveram uma facilitação para concentrar grande e forte influência política, econômica e social. Durante décadas se perpetuou no país um sistema inteiramente comercial. A televisão constitui o mais importante veículo de comunicação de massas no Brasil, informação e entretenimento; mesmo com o acesso à internet se popularizando cada vez mais. Dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística revelam que 97,2% dos brasileiros tem um aparelho de televisão no lar (IBGE, 2015). Ainda, segundo a Pesquisa Brasileira de Mídia, 89% das pessoas utilizam a televisão como fonte de informação; 77% veem televisão 7 dias por semana em uma média de 3 horas e meia diárias (Pesquisa Brasileira de Mídia, 2016). Esses dados demonstram a importância e a influência do veículo de comunicação “televisão” na vida cotidiana dos brasileiros e seu poder em informar e entreter; ainda, seu potencial como agente formador de opinião. Sobre o poder da televisão, Cádima explica.

O discurso dos media é 'monumental', o que quer dizer que reflecte as estratégias de comunicação, as políticas, os dispositivos de dominação e tecnodiscursivos da época, discurso que se apresenta como legitimador de uma ordem do mundo ditada, justamente, pela televisão, pelas suas práticas e, sobretudo, pela sua instrumentalização (CÁDIMA, 2009, p.7).

Ainda que, segundo Raymond Williams, exista a apropriação do fluxo da televisão por outras plataformas, a televisão não perdeu sua importância: “Costuma-se dizer que a televisão alterou o nosso mundo” (WILLIAMS, 2016, p.01).

Em todos os sistemas de radiodifusão desenvolvidos, a organização característica é a de sequência ou fluxo. Assim, a radiodifusão é simultaneamente uma tecnologia e uma forma cultural (Williams, 2016). Essa particularidade veio de outro veículo de comunicação; o rádio, antes da televisão, era a única mídia com programação e isso produzia expectativas na audiência e um público segmentado. Cria-se, assim, o hábito de ver televisão, de aguardar sempre na mesma hora e no mesmo canal a novela, o telejornal, os programas de entretenimento.

O legado radiofônico na televisão, entretanto, não é uma peculiaridade brasileira. Embora seja comum argumentar que as televisões de países como os Estados Unidos foram inspiradas no cinema, a herança do rádio foi marcante na estruturação da televisão em várias partes do mundo, inclusive na América do Norte. O rádio, até antes da televisão, era a única mídia com programação. O que significa isso? A imprensa, a fotografia e o cinema trabalham na lógica da eventualidade. Produzem “eventos isolados” que podem ser organizados numa coleção, numa série ou numa obra, mas não se configuram como uma programação. Este procedimento, que fixa os horários e dias para a exibição de determinados programas, produz expectativas na audiência e um público segmentado (RIBEIRO, Ana Paula G; SACRAMENTO, Igor & ROXO, Marco (orgs), 2014, p.5)

Mais que um hábito, o exercício rotineiro de assistir à televisão demonstra sua influência e seu poder frente a outros veículos. Cádima ressalta essa perspectiva ao informar que mesmo com 1% de audiência um canal da televisão pública portuguesa, RTP2, ainda sobressai a exibição de filmes (no caso em análise, veículos portugueses). O exemplo citado pelo autor nos capacita a analisar outras realidades.

Não podemos esquecer que quando um telefilme ou uma média metragem portuguesa passa na RTP2 e obtém pouco mais de 1% de audiência, isso significa que foi vista por cerca de 100 mil telespectadores – um valor que raramente um filme português atinge quando passa em sala (CÁDIMA, 2006, p.78).

Mesmo o RTP2 sendo um canal de uma TV pública, não preocupado com os índices de audiência e sim com a qualidade da informação e programação exibidas, serve como referência para demonstrar o poderio de alcance da televisão. No Brasil, percebe-se a formação de oligopólios, o que garante uma grande abrangência da televisão nos lares brasileiros. A formação de oligopólios da comunicação em um país em que a TV possui tanto poder dificulta uma informação de qualidade e o aumento da capacidade dos cidadãos em entendimento. A concentração de mídia se deu, também, por um ambiente propício à formação de oligopólios. Venício Lima ressalta esse ambiente propício à concentração.

É preciso registrar que existe no Brasil um ambiente bastante propício à concentração. A legislação do setor tem sido historicamente tímida, por intenção expressa do legislador, ao não incluir dispositivos diretos que limitem ou controlem a concentração da propriedade, o que, aliás, vai no sentido inverso do que ocorre em países como a França, a Itália e o Reino Unido, preocupados com a pluralidade e a diversidade no novo cenário da convergência tecnológica (...) Trata-se da oligopolização ou monopolização que se produz dentro de uma mesma área do setor. O melhor exemplo de concentração horizontal no Brasil continua sendo a televisão, paga ou aberta (LIMA, 2003, p.01).

Um oligopólio acontece quando poucos grupos dominam o mercado no fornecimento de algum produto específico. No Brasil, sabe-se que o oligopólio de mídia (sete famílias dominam os meios de comunicação: a família Marinho da Globo, a Abravanel (Sílvio Santos), do SBT, o Edir Macedo da Record, a família Saad da Band, a Frias da Folha de S. Paulo, a Mesquita do Estadão e a Civita da editora Abril (Veja)) domina a oferta de serviços públicos comunicacionais e influencia a comunicação no seu todo. O maior grupo detentor de audiência televisiva (a TV Globo) nasceu e cresceu no período da ditadura militar brasileira.

Este trabalho possui natureza teórico-reflexiva, visando discutir os conceitos a seguir; os resultados são reflexões para contribuir com a discussão sobre o assunto. Passa-se agora a discutir a legislação atual brasileira a fim de tentar entender como se formou esse oligopólio de mídia e como ele formou seu poder desde a promulgação da Constituição de 1988 até o governo de Michel Temer.

CONSTITUIÇÃO DE 1998

Após o fim da ditadura militar foi aprovada e promulgada a Constituição de 1988, em 5 de outubro. Ela assegurou diversas garantias constitucionais com o objetivo de dar maior efetividade aos direitos fundamentais, permitindo a participação do Poder Judiciário sempre que houver lesão ou ameaça de lesão a direitos. Toda a Constituição possui um cunho democrático frente ao antigo período da ditadura; inclusive instituindo como crimes inafiançáveis a tortura e as ações armadas contra o estado democrático e a ordem constitucional, criando assim dispositivos constitucionais para bloquear golpes de qualquer natureza. E, mais, garantindo o direito dos cidadãos ao voto, sendo apelidada como “Constituição Cidadã” (Portal de Notícias INFOESCOLA, 2016).

No que tange à comunicação, ela voltou a ser livre de censura. Mas, a Constituição prevê diversas medidas que não foram tomadas e respeitadas; inclusive a própria regulação da mídia, visto que o artigo 220 parágrafo 5º versa “Os meios de comunicação social não podem, direta ou indiretamente, ser objeto de monopólio ou oligopólio” (BRASIL, Constituição de 1988); dentre outras coisas, como a produção audiovisual televisiva dar preferência a programas educativos, regionalização da produção cultural, artística e jornalística. O não cumprimento dessas determinações acaba comprometendo a democratização da comunicação e auxilia a concentração da

mídia. Uma mídia concentrada nas mãos de poucos acaba sendo instrumento de poder para usos diversos, inclusive políticos.

Partindo da Constituição de 1988, o artigo 220 diz que "a manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo não sofrerão qualquer restrição" (Constituição Federal, 1988, Capítulo V). Segundo Dirceu, o artigo

Também veda toda e qualquer censura de natureza política, ideológica e artística; proíbe o monopólio e o oligopólio nas comunicações e determina que o Estado estabeleça os meios legais para garantir a defesa de programas ou propagandas nocivas à saúde e ao meio ambiente (DIRCEU, 2012, p.1).

Já o Artigo 221 define as finalidades da programação de rádio e TV como fontes educativas, artísticas, culturais e informativas; ainda, prescreve a promoção da cultura nacional e regional. Também determina quais princípios a produção e a programação das emissoras de rádio e televisão atenderão. O artigo 222 garante que a propriedade de empresas jornalísticas e de radiodifusão fica assegurada a brasileiros natos ou naturalizados a mais de 10 anos. O artigo 223 permite ao Poder Executivo outorgar e renovar a concessão a empresas de radiodifusão, desde que apreciadas pelo Congresso Nacional. O artigo 224 institui o Conselho de Comunicação Social como órgão auxiliar do Congresso Nacional. O texto original do artigo 222 foi alterado pela Lei 10.610, de 20 de dezembro de 2002, no governo de Fernando Henrique Cardoso. Estrangeiros e brasileiros naturalizados a menos de dez anos, desde 2002, podem deter, por intermédio de suas pessoas jurídicas constituídas sob as leis brasileiras, até 30% do capital votante e do capital total das empresas jornalísticas e de radiodifusão, assegurados aos brasileiros natos e naturalizados há mais de dez anos o controle e a elaboração da programação, da linha editorial e do conteúdo jornalístico.

Além da Constituição de 1988 faz-se necessário acompanhar os governos e as medidas tomadas por eles no quesito mídia. Passa-se a análise pormenorizada de cada governo que se sucedeu ao Regime Militar, desde o governo Sarney até o governo de Michel Temer.

GOVERNO DE JOSÉ SARNEY

Antônio Carlos Magalhães (ACM) foi o comandante do Ministério das Comunicações do Governo Sarney; ao longo de todo o governo o único ministro que

não foi trocado nenhuma vez foi ACM. A família Magalhães é dona da TV Bahia (afiliada da Rede Globo), de jornais e controla outras emissoras no interior do estado.

Quando Antônio Carlos Magalhães assumiu o ministério, em 1985, suspendeu as concessões de emissoras de rádio e TV autorizadas no fim do governo Figueiredo – 144 de um total de 634 – distribuídas principalmente para parlamentares fiéis ao governo e pessoas ligadas a eles. A onda de moralização no que tange à outorga de concessões não se confirmou: no mesmo ano ACM liberou as concessões suspensas e o governo Sarney transformaria em baixos os índices de Figueiredo no setor. As concessões de emissoras de radiodifusão aumentaram consideravelmente durante o governo Sarney, sendo usadas, em muitos casos, como forma de barganha com os parlamentares que compunham a Assembleia Constituinte. De 1985 a 1988, o Presidente da República fez 1.028 concessões – 30,9% de todas as 3.330 concessões outorgadas no Brasil até o governo Collor (PIERANTI, 2006, p.107).

Antes da promulgação da Constituição de 1988, Sarney ainda distribuiu, entre 1987 e 1988, 747 concessões de emissoras de rádio e TV. Em 1988 foram concedidas 52% de todas as concessões do governo Sarney. “Em três anos, 168 concessões foram outorgadas apenas para empresas ligadas a 91 deputados federais e senadores. Desses, 82 (90,1%) votaram a favor da emenda que aumentou para cinco anos o mandato de Sarney” (PIERANTI, 2006, p.108).

GOVERNO COLLOR

O conturbado governo Collor não tratou a comunicação como prioridade. A instituição do Conselho de Comunicação Social, prevista no artigo 224 da Constituição de 1988 só ocorreu durante o governo de Fernando Collor. Foi criado pela Lei 8.389, de 30 de dezembro de 1991. Suas atribuições ficaram restritas à “realização e a emissão de pareceres e estudos sobre temas relativos à comunicação social”, sendo um órgão apenas de consulta e não de deliberação, como idealizado. A primeira reunião do conselho, no entanto, só ocorreu em 25 de junho de 2002; mais de 10 anos após a promulgação da Constituição de 1988.

GOVERNO FERNANDO HENRIQUE CARDOSO

A partir do governo FHC, o Decreto 1.720 estabeleceu limites para a outorga da concessão.

Tornou-se obrigatória a abertura de licitação para a concessão de emissoras de radiodifusão, sendo que os candidatos deveriam atender a uma série de pré-requisitos. O Ministro das Comunicações de FHC, Sérgio Motta, considerado um dos assessores mais influentes do presidente, ressaltaria que, graças a esse decreto, estava-se iniciando um processo de moralização (PIERANTI, 2006, p.108).

Porém, uma brecha logo seria aberta. Considerou-se que estações retransmissoras de televisão (RTV) não necessitavam de concessões para funcionar, portanto não seriam afetadas pelo Decreto 1.720. Pelo Decreto 81.600, de 1978, as RTVs são meras repetidoras de programação televisiva, cujo funcionamento precisava ser autorizado apenas por uma portaria do Ministério das Comunicações. “Uma exceção tornava-as especialmente interessantes: as RTVs poderiam transmitir 15% de programação própria, quando tivessem caráter educativo ou estivessem instaladas em área conhecida por “Amazônia Legal” (região Norte, estado de Mato Grosso e parte do Maranhão)” (PIERANTI, 2006, p.108). Às vésperas da aprovação da emenda que tornaria possível a reeleição do, então, presidente em exercício, o Ministério das Comunicações distribuiu 1.848 RTVs, “sendo 527 a empresas de comunicação, 479 a prefeituras, 472 a empresas e entidades ligadas a igrejas, 102 a fundações educativas e 268 a empresas ou entidades controladas por 87 políticos. Desses, 19 deputados e 6 senadores votaram favoravelmente à reeleição” (PIERANTI, 2006, p.108).

No governo FHC, separou-se a radiodifusão das telecomunicações, o que deu abertura para as privatizações (o Brasil é o único país do mundo a fazer a separação). Aconteceu a privatização da Telebrás, feita por meio de um leilão em 29 de julho de 1998 na bolsa de valores do Rio de Janeiro. A Telebrás era responsável pela gerência dos sistemas de telecomunicações no Brasil. Para a privatização, a Telebrás foi dividida em 12 empresas que seriam levadas a leilão: três de telefonia fixa (Telesp, Tele Centro Sul e Tele Norte Leste), oito de telefonia celular (Telesp Celular, Tele Sudeste Celular, Telemig Celular, Tele Celular Sul, Tele Nordeste Celular, Tele Centro Oeste Celular, Tele Leste Celular e Tele Norte Celular) e uma de telefonia de longa distância (Embratel). Essa foi a maior privatização ocorrida no Brasil. Houve um aumento significativo nas tarifas de telefone, chegando a ficar em torno de 5 vezes mais cara uma linha. Para fiscalizar e regular as funções foi criada a ANATEL – Agência Nacional de Telefonia. Algumas semanas após a privatização foram divulgadas conversas telefônicas obtidas por gravações ilegais em telefones do BNDES que indicavam que fora articulado um favorecimento para que o grupo liderado pelo Banco Opportunity

adquirisse a Tele Norte Leste, segundo o jornal A Folha de São Paulo (Folha de São Paulo, 2003).

A repercussão do caso levou à queda do Ministro das Comunicações, Luiz Carlos Mendonça de Barros, do presidente do BNDES, André Lara Resende e de diretores do Banco do Brasil (como o diretor da área externa, Ricardo Sérgio de Oliveira) e o presidente da Previ, Jair Bilachi. Em uma das conversas, Mendonça de Barros diz a Bilachi que é importante que a Previ forme um consórcio com o Opportunity e que o ministério ajudaria no que fosse preciso, ao passo que Bilachi diz que iria tratar do assunto com Ricardo Sérgio. À época, Ricardo Sérgio era quem realmente mandava na Previ, e o presidente, Jair Bilachi, era “mera figura decorativa”. O próprio ministro pede a Ricardo Sérgio que o Banco do Brasil dê uma carta de fiança ao Opportunity e também deixa claro que os consórcios criados para a disputa estavam todos sendo montados com a participação do BNDES, segundo jornais da época.

GOVERNOS DO PT

O Partido dos Trabalhadores (PT) chegou ao mais alto cargo do poder executivo em 2003, via eleições. Luiz Inácio Lula da Silva se torna presidente do país e seu governo (2003-2011) marcou por ser eleito democraticamente com um ex-operário encabeçando a chapa. Realizou ações voltadas para a área social com avanços no combate à desigualdade. Lula terminou seu governo com aprovação recorde com números superiores a 87% de aprovação segundo o portal R7 de notícias (2010).

Na continuação do governo petista, Dilma Rousseff foi eleita (e posteriormente reeleita) presidenta do país. Seu mandato inicial vai de 2011 a 2014 e o segundo mandato (2015-2018) é interrompido por um processo de impeachment em 31 de agosto de 2016. Enquanto sucessora de um projeto de governo iniciado por Lula, deu continuidade às obras de inclusão social e redução das desigualdades. Verticalizou políticas voltadas para saúde, educação, mobilidade urbana; criando políticas importantes de moradia (minha casa minha vida).

No que tange à comunicação, os governos do PT tentaram, por algumas medidas, democratizar o campo. A realização da primeira Conferência Nacional de Comunicação (CONFECOM), a criação da principal TV Pública do país (TV Brasil) e o Marco Civil Regulatório demonstram modestos avanços na área.

Em 2009, aconteceu a primeira CONFECOM (Conferência Nacional de Comunicação). “O objetivo era construir um espaço para o debate amplo, democrático e plural com a finalidade de elaborar propostas orientadoras para uma política nacional de comunicação” (CONFECOM, 2010). Nessa conferência foram aprovadas 633 resoluções com a finalidade de orientar a política da área da comunicação. Dentre outras coisas, previam-se o combate à concentração da mídia, a realização de consultas e audiências públicas nos procedimentos de renovação das concessões e o fortalecimento do sistema público de comunicação. Nenhuma das 633 resoluções foi colocada em prática; nada saiu do papel.

A CONFECOM sofreu boicote por parte dos empresários. De todas as organizações empresariais que iam participar, ficaram apenas a ABRA (Associação Brasileira de Radiodifusores) e a TELEBRASIL (Associação Brasileira de Telecomunicações). Os meios de comunicação trataram a conferência como uma tentativa de “censura”, tanto por meio do discurso dos âncoras, como pela produção de matérias que ressaltavam esse enquadramento.

Em 2009, o governo federal fez um novo movimento direcionado a retomar as discussões sobre a democratização do setor de comunicação. Um novo marco civil regulatório foi proposto, porém apenas aplicado à internet. Após discussões, ele se tornou o Marco Civil da Internet, Lei N° 12.965/14, que regula o uso da Internet no Brasil por meio da previsão de princípios, garantias, direitos e deveres para quem usa a rede, bem como da determinação de diretrizes para a atuação do Estado (PERES, 2014, p.01). O projeto surgiu em 2009 e só foi aprovado na Câmara dos deputados em 25 de março de 2014 e no Senado Federal em 23 de abril de 2014, sendo sancionado logo depois pela então presidenta Dilma.

A TV pública é uma das iniciativas de democratização da mídia por parte do governo do PT que mais deveria repercutir sobre o oligopólio dominante nas emissoras de televisão no Brasil. Ela assume, por ser pública, um caráter diferente do comercial. “Não deve buscar o lucro; deve ter independência do mercado, da política e da economia; ter formas de financiamento diferentes das lógicas comerciais e possuir uma gestão plural” (SILVA, 2002, p.23). O melhor exemplo de TV pública no mundo é a BBC, emissora britânica; inclusive sendo considerada “a melhor TV do mundo” por Leal Filho (1997). A TV Brasil, principal TV pública do Brasil, foi criada em 2007 para suprir as pendências da televisão comercial e, também, como uma demanda da

sociedade civil na busca pela democratização da comunicação e na luta pela diminuição da concentração e do oligopólio de mídia existentes.

Durante a campanha à reeleição de Dilma Rousseff, o PT pressionou para que a presidenta engajasse a discussão da regulamentação da mídia em um segundo mandato. Após a reeleição, a presidenta sinalizou que iria defender a regulação econômica da mídia, mas sem regular conteúdo. Porém, a presidenta eleita democraticamente sofreu um processo de impeachment e foi retirada do cargo antes de propor a regulação. Seu vice, Michel Temer assumiu o governo após o impeachment.

GOVERNO TEMER E O DESMONTE DA EBC

Ao assumir o governo após o impeachment da presidenta Dilma, Temer começa um processo de desmonte da comunicação pública no país. Seu primeiro ato foi desfazer o Conselho Curador da EBC (Empresa Brasil de Comunicação) e criar a Medida Provisória - MP 744, que determina que o presidente da EBC seja indicado pelo presidente da república; demonstrando claramente que pretende controlar os veículos de comunicação pública.

Ainda na comunicação, Temer alterou as regras de outorga para radiodifusão via Medida Provisória. Sob o pretexto de desburocratizar as normas, a MP 747 dá 90 dias a mais para todos os concessionários que tenham perdido o prazo para renovar suas outorgas; independente se o atraso é de meses ou de anos. Também, em data posterior a MP, o Estado brasileiro será responsável por avisar aos outorgados quando o prazo de renovação terminar; não mais o Estado irá retomar as outorgas e fazer nova licitação. Pelas mudanças que entraram em vigor, as empresas também não precisam mais demonstrar ou comprovar que possuem recursos técnicos e financeiros para participar de um edital de concessão de outorgas. Deixa de valer, também, a regra de que qualquer alteração nos objetivos sociais das empresas concessionárias, assim como cessões de cotas e ações que alterassem o controle societário das empresas, deve ser previamente autorizada pelo Executivo. Ainda, as empresas que fizeram alterações sem aval do Executivo, “aquelas que fizeram alterações ilegalmente sem a autorização prévia do ministério, quando a lei anterior ainda valia, ganham agora 60 dias para informar o governo das mudanças, sem qualquer prejuízo para continuarem funcionando normalmente” (INTERVOZES, 2017).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Brasil é um país com proporções continentais que possui uma concentração de mídia que impossibilita a democratização da comunicação. Dados da pesquisa brasileira de mídia indicam que 89% das pessoas utilizam a televisão como fonte de informação; 77% veem televisão 7 dias por semana em uma média de 3 horas e meia diárias. Nota-se a grande importância da televisão na vida cotidiana do brasileiro e na formação de sua opinião.

Dada a concentração do setor de mídia, os grupos detentores acabam exercendo influência nas políticas destinadas à comunicação. Ao se tratar da televisão em específico, os moldes americanos de concessão foram seguidos na implantação da televisão brasileira, o que acabou por consolidar a exploração das concessões de radiodifusão por parte do Estado a grupos privados; criando o oligopólio de mídia atual. Assim, os grupos televisivos tiveram uma facilitação para concentrar grande e forte influência política, econômica e social. Autores como Raymond Williams, Francisco Rui Cádima, Venício Lima ressaltam o importante papel da televisão como veículo de comunicação e como agente formador da opinião.

A Constituição de 1988 trouxe grandes avanços na área da comunicação; dentre eles: previsão da regulamentação da mídia, impossibilidade de políticos obterem concessões de radiodifusão, comunicação livre e valorização da comunicação regional, programação educativa, artística, cultural e informativa. Previu-se a criação do CCS – Conselho de Comunicação Social.

Mas, os governos que vieram utilizaram as concessões como moeda de troca. O governo Sarney chegou a dar 1.028 concessões de rádios e televisões. No governo FHC houve a separação das telecomunicações e da radiodifusão para facilitar a privatização dos setores e as RTVs (retransmissoras) não precisavam de concessão.

Com relação à democratização da comunicação no Brasil ainda há muito que avançar. No Brasil, sete famílias dominam os meios de comunicação, o que caracteriza um oligopólio de mídia. O FNDC (Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação), surgido em 1991, se tornou o principal meio da sociedade civil exigir uma comunicação mais democrática no país.

Os governos do PT foram exceção. Tentaram combater a concentração midiática através de medidas como a realização da CONFECOM, a criação da TV Brasil

(principal TV pública do país) e o Marco Civil Regulatório. Após sofrerem um impeachment, muito de sua política e avanços na democratização dos meios foram desfeitos.

A TV pública é uma das formas de democratização da mídia que mais deveriam repercutir sobre o oligopólio dominante nas emissoras de televisão no Brasil. Em 2009, ocorreu a primeira CONFECOM (Conferência Nacional de Comunicação). O objetivo era construir um espaço para o debate amplo, democrático e plural com a finalidade de elaborar propostas orientadoras para uma política nacional de comunicação. Apesar das 633 resoluções aprovadas quase nada foi levado adiante.

O governo de Michel Temer desmontou os avanços conquistados na comunicação e no combate à concentração da mídia. Instituiu que o presidente da EBC será indicado pelo presidente da república e criou uma forma de renovação das concessões quase automática.

A manutenção da democracia passa pela questão central da concentração da mídia e de uma legislação pertinente sobre os oligopólios. Sem a circulação de informação entre os cidadãos, estes se veem fadados a uma desinformação ou mesmo sujeitos à opinião (e não informação prestada) por parte de um grupo que domina a comunicação. Para tanto, a informação correta e aprofundada se faz necessária.

Ressalta-se que são necessárias intensas mudanças para que o Brasil combata a concentração de mídia. É urgente reformar as leis e tapar as brechas existentes para que o Brasil possa combater a concentração midiática e a formação de oligopólios.

REFERÊNCIAS

BARBOSA, Bia. **O escárnio de Temer com as concessões de rádio e TV**. Intervozes. Disponível em < <https://www.cartacapital.com.br/blogs/intervozes/o-escarnio-de-temer-com-as-concessoes-de-radio-e-tv>>. Acesso em 20/01/2018.

BRASIL. **Constituição de 1988**. Capítulo V – Da comunicação social (artigos 220 à 224). Disponível em < <http://alerjln1.alerj.rj.gov.br/constfed.nsf/16adba33b2e5149e032568f60071600f/867c0b7d461bdcb50325656200704c11?OpenDocument>>. Acesso em 13/01/2018.

CÁDIMA, Francisco Rui. **A televisão 'light' rumo ao digital**. Lisboa: Media XXI, 2006.

CÁDIMA, Francisco Rui. **Crise e crítica do sistema de media**. Lisboa: Media XXI, 2009.

CABRAL, Eula Dantas Taveira. **Mídia no Brasil: Concentração das Comunicações e Telecomunicações.** Revista Eptic, vol 17, nº3. Disponível em <<https://seer.ufs.br/index.php/eptic/article/view/4298/pdf>>. Acesso em 20/01/2018.

CONFECOM. **Caderno da 1ª Conferência Nacional de Comunicação.** Brasília: Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, 2010.

CYSNE, Diogo. **Constituição de 1988.** Infoescola. Disponível em <<http://www.infoescola.com/direito/constituicao-de-1988/>>. Acesso em 12/01/2018.

DIRCEU, José. **Regulamentação de mídia e princípios constitucionais.** 2012. Disponível em <<https://www.brasil247.com/pt/247/poder/61259/Regulamenta%C3%A7%C3%A3o-de-m%C3%ADdia-e-princ%C3%ADpios-constitucionais.htm>>. Acesso em 13/01/2018.

FOLHA DE SÃO PAULO. **Privatização das teles foi seguida por escândalos.** Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/dinheiro/ult91u70988.shtml>>. Acesso em 20/01/2018.

GANTOIS, Gustavo. **Lula encerra o governo com aprovação recorde de 87% da população.** Portal de notícias R7. Disponível em <<http://noticias.r7.com/brasil/noticias/lula-encerra-governo-com-aprovacao-de-83-4-da-populacao-20101229.html>>. Acesso online em 03/01/2018.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **PAS – Pesquisa Anual de Serviços, 2016.** [online] Disponível em <https://teen.ibge.gov.br/noticias-teen/8311-televisao.html>. Arquivo consultado em 10/01/2018.

LEAL FILHO, L. L. **A melhor TV do mundo.** São Paulo: Summus, 1997.

LIMA, Venício. **Existe concentração de mídia no Brasil? Sim.** Observatório da Imprensa. Disponível em <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos/plq010720031.htm>> Acesso em 11/01/2018.

LIMA, Venício. **Regulação das Comunicações: História, Poder e Direitos.** São Paulo: PAULUS, 2011.

MIRA, Gustavo Fernandes Paravizo. **Visibilidade e Representação: As Conexões Midiáticas e Políticas dos Deputados Federais da Zona da Mata Mineira.** Dissertação de mestrado defendida na Universidade Federal de Juiz de Fora. 2017.

PERES, Bruno. **Dilma vai “tirar dúvidas” no Facebook sobre o Marco Civil da Internet.** Valor Econômico. Disponível em <<http://www.valor.com.br/politica/3525228/dilma-vai-tirar-duvidas-no-facebook-sobre-o-marco-civil-da-internet>> Acesso em 13/01/2018.

PIERANTI, Octavio Penna. **Políticas para a mídia:** dos militares ao governo Lula. 2006. Plataforma Scielo. Disponível em < <http://www.scielo.br/pdf/ln/n68/a04n68.pdf>>. Acesso em 20/01/2018.

PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA. Secretaria de Comunicação Social. **Pesquisa Brasileira de Mídia.** [Online] Disponível em <http://pesquisademidia.gov.br>. Acesso em 10/01/2018.

RIBEIRO, Ana Paula G; SACRAMENTO, Igor & ROXO, Marco (orgs). **Televisão, história e gêneros.** Editora Multifoco. Rio de Janeiro, 2014.

SILVA, Luiz. **Jornalismo Público** - O social como valor-notícia. Brasília, DF. Casa das Musas, 2002.

WILLIAMS, Raymond. **Televisão:** Tecnologia e forma cultural. São Paulo: Boitempo, 2016.