



BARÃO DE ITARARÉ CONTRA OS BARÕES DA MÍDIA: POR UM (NOVO) MARCO REGULATÓRIO DA MÍDIA NO BRASIL

Maria Beatriz Oliveira da Silva¹
Alfeu de Arruda Souza²

RESUMO

A palavra mídia tem origem na palavra latina *media*, que significa meio. De forma geral é utilizada para se referir à indústria de comunicação e aos profissionais aí envolvidos. Este termo coletivo pode ser usado no plural “mídias” referindo-se às diferentes formas de manifestação da mídia: mídias audiovisuais, mídias digitais, novas mídias, etc. Aqui, utilizaremos o termo genérico “mídia” para designar os meios de comunicação e discutir, a partir da Constituição de 1988, a necessidade de um (novo) marco regulatório objetivando a democratização da mídia no Brasil, visto que ela tem se constituído em um monopólio das elites associadas aos interesses do Capital.

Palavras-chave: Mídia; Regulamentação; Democratização

ABSTRACT

The term media comes from the latin word *medium/media*, which refers to the middle. Commonly, it is also used to refer to the communication industry, involving the professionals working there. This term might be understood as collective: media is the plural form of medium, covering the different ways of expression: audiovisual media, digital media, new media. Here, we intend to use the generic term media pointing to the communication vehicles and discuss, from the Constitution of 1988, the necessity of a regulatory frame geared toward the democratization of media in Brazil, considering that they are constituted as a monopoly of the elites associated in the interest of the Capital.

Key-words: Media; Regulations; Democratization

INTRODUÇÃO

Este artigo, que iniciará rendendo uma homenagem à memória do Barão de Itararé – jornalista gaúcho que não compactuou com a mídia golpista da sua época, pretende, mesmo sem o devido aprofundamento da matéria, trazer à reflexão o fato de que, no Brasil, depois de 24 anos da promulgação da Constituição Federal, os artigos referentes à área de comunicação continuam carentes de regulamentação ou de um “marco regulatório” como reivindicam os movimentos sociais.

Esta falta de regulamentação tem permitido que o setor de comunicação continue

¹ Professora do departamento de Direito da Universidade Federal de Santa Maria bia@ufsm.br

² Acadêmico do Curso de Direito da Universidade Federal de Santa Maria aarruda@inf.ufsm.br



monopolizado e não se rompa com sua histórica hegemonia³. De outra parte, pretende-se defender a tese de que, dessa regulamentação, depende da democratização tanto do mercado de mídia, como da comunicação.

1 HOMENAGEM AO BARÃO DE ITARARÉ

Conforme já foi observado no parágrafo introdutório, antes de trazer à discussão o tema da urgente e necessária regulamentação da mídia no Brasil, queremos homenagear aquele que é considerado um dos criadores da imprensa alternativa e do humorismo político brasileiro, o jornalista gaúcho Apparício Torelli (1895-1971)- o Barão de Itararé.⁴

Itararé também entrou para a história como um frasista genial. Muitas de suas frases estão recolhidas por Afonso Félix de Souza (1986) na obra “Máximas e Mínimas do Barão de Itararé” como a famosa “entre sem bater” que colocou na porta do seu escritório depois de estar cansado de apanhar da polícia secreta do Estado Novo.

Preso várias vezes por conta do seu humor - que era uma arma apontada para as elites e para os governos autoritários - o jornalista e militante comunista foi eleito vereador pelo Rio de Janeiro em 1946 com o lema “mais leite, mais água e menos água no leite” – denunciando fraudes da indústria leiteira.

Ele teve o mandato cassado juntamente com a anulação do registro do Partido Comunista, em 1947, e declarou solenemente: “Eu saio da vida pública para entrar na privada”. O seu jornal, “A Manhã”, foi novamente empastelado e, com dificuldades financeiras, escreveu: “Devo tanto que, se eu chamar alguém de ‘meu bem’, o banco toma”.

Diante da crise que resultou no suicídio de Getúlio Vargas, em 1954, ele afirmou: “Há qualquer coisa no ar, além dos aviões de carreira”. O Barão de Itararé foi um crítico dos jornais golpistas de Assis Chateaubriand e Carlos Lacerda e um entusiasta da imprensa alternativa. Após o golpe de 1964, ele passou por várias privações, mas manteve a sua

³ Hegemonia é um conceito chave em Gramsci que serve para designar um tipo particular de dominação. Nessa acepção hegemonia é dominação consentida, especialmente de uma classe social ou nação sobre seus pares. O autor mostra que é muito comum um determinado grupo social, que está numa situação de subordinação com relação a outro grupo, adotar a concepção do mundo deste, mesmo que ela esteja em contradição com a sua atividade prática. Gruppi

⁴ Itararé é o nome da batalha que não houve entre a oligarquia e as forças vitoriosas na revolução de 1930.



máxima: “Nunca desista de seu sonho. Se acabou numa padaria, procure em outra”. Faleceu em 27 de novembro de 1971.

É bem verdade que devemos continuar a perseguir os sonhos do Barão de Itararé, pois, de lá para cá, o monopólio e a falta de controle social sobre a mídia só tem aumentado. O patrono do humorismo político e da mídia alternativa merece a homenagem de todos os que lutam pela democratização da mídia e, não é sem razão, que leva o seu nome o Centro de Estudos da Mídia Alternativa⁵ de onde foi retirada parte dos dados apresentados nesta parte introdutória.

2. OS BARÕES DA MÍDIA

Para Gianotti (2012) a palavra mídia não diz quase nada. Mídia, teoricamente seriam os meios de comunicação que, por mais redundante que pareça, serviriam para comunicar, o que, segundo ele, seria bom se fosse verdade, posto que a palavra mídia esconde que estes “meios” são direcionadíssimos e não existe uma mídia que seja puramente mídia- ela é, na verdade, o meio para disputar a hegemonia.

Não é novo o tema sobre a hegemonia ou monopólio da grande mídia no Brasil. Ciotola (2012) observa que não é de hoje que se discute a atuação da mídia na história da República brasileira que, de forma invisível (mas permanentemente), tem influenciando em ações de governo e no comportamento da sociedade. Aqui, da mesma forma que o território foi loteado em capitâneas hereditárias doadas a determinadas famílias no período império português houve, posteriormente, um “loteamento” das mídias em geral entre algumas famílias para atender interesses políticos.

Vários autores já abordaram esta temática denunciando o poder de manipulação por parte do “baronato midiático”, podendo ser citado como exemplo de denúncia da postura nociva e manipuladora da mídia o livro de Pedrinho Guareschi e Osvaldo Biz (2005) “Mídia, educação e cidadania” onde os autores mostram a força adquirida pelos meios de comunicação nas últimas décadas, em decorrência dos avanços tecnológicos e do acelerado processo de monopolização do setor.

Para os autores supra, a mídia tem, na contemporaneidade, o poder de instituir o que é, ou não, real e de criar e legitimar valores determinando a “agenda de discussão” na sociedade.

⁵ <http://www.baraodeitarare.org.br/>



Segundo eles, ao redor de 80% dos temas falados na vida quotidiana ou nos encontros sociais são colocados à disposição pela mídia.

No entanto, entendemos que tudo o que já foi escrito ou dito sobre o monopólio e a falta de democratização das mídias no Brasil pode ser sintetizada na ideia apresentada por Giannotti (2012) de que “a mídia tem dono, tem classe e interesses de classe a defender e estes interesses não são os do povo, obviamente.”

Independente de haver várias definições de mídia e concepções acerca do seu poder é importante remarcar que ela não é uma força estranha à máquina do poder como um todo, mas parte integrante dele, por esta razão, alguns a chamaram de “quarto poder”.

Portanto, a mídia não é uma entidade que “paira no ar” mas que integra a dialética luta pelo poder em uma sociedade dividida em classes e interesses. No entanto, é preciso remarcar que o conceito de classe social e as análises partindo desta perspectiva saíram “de moda”, especialmente no chamado “mundo acadêmico”.

Assim, para poupar aos que continuam adaptados e acomodados nas “evidências” pós-modernas (apesar da realidade já ter contrariado as teses da “pós-modernidade” com suas “teorias do fim” entre elas, o fim das classes sociais), no lugar de discutir as mídias no Brasil do ponto de vista de classes, vamos fazê-lo apenas nos marcos da Constituição, qual seja, a partir do contrato firmado por todos os segmentos da sociedade no que se refere a este tema, na Constituição de 1988.

3. MÍDIA E CONSTITUIÇÃO: POR UM (NOVO) MARCO REGULATÓRIO

O termo “novo” é colocado entre parêntese desde o título porque, em verdade, não se trata de um “novo” marco, visto que a partir da Constituição de 1988, praticamente, não houve regulamentação e a legislação existente é fragmentada, multifacetada, composta por várias leis que não dialogam umas com as outras e não guardam coerência entre elas.

O professor Venício de Lima (2001) fundador e primeiro coordenador do Núcleo de Estudos sobre Mídia e Política da UnB afirma que não é a legislação, mas a sua ausência, que tem permitido que no Brasil sobrevivam a velha estrutura da propriedade familiar, o renovado vínculo com as elites locais e/ou regionais e a crescente presença das igrejas no setor de comunicações.



Segundo Lima com a opção por um modelo comercial de radiodifusão ainda na década de 1930, grupos privados familiares ligados às elites políticas foram se apropriando do setor e exercendo influência decisiva na sua regulação, e os princípios, inseridos a duras penas na Constituição de 1988, não lograram regulamentação no Congresso Nacional, onde a bancada que representa os interesses dos empresários de comunicações – direta e indiretamente – é historicamente muito forte.

Assim, ao contrário de outros países que também optaram pelo modelo comercial, no Brasil não há controle sobre a propriedade cruzada⁶ nem sobre a formação de oligopólios de mídia e, por esta razão, somente um novo marco regulatório para o setor, que tenha como horizonte a democratização das comunicações, poderia reverter a médio e a longo prazos a situação atual.

A necessidade de regulamentação da mídia surge, entre outras coisas, da urgência em uma atualização das normas, pois como adverte Paulo Lopo (2006) assistimos ao vertiginoso avanço dos meios de comunicação, com o surgimento de técnicas sofisticadas, que surpreendem a nossa cotidianidade, no entanto, a nossa comunicação é regulada por uma lei promulgada há 50 anos, nos primórdios da televisão e longe ainda do nascimento da internet.

Importante observar que, se de um lado a Constituição de 1988 já oferece o arcabouço para uma legislação que contemple as principais necessidades dos novos tempos, de outro, passadas mais de duas décadas da sua entrada em vigor nenhuma lei foi editada para regulamentar, por exemplo, o disposto em seu art. 221 que determina que produção e a programação das emissoras de rádio e televisão atenderão aos seguintes princípios:

- I – preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas;
- II – promoção da cultura nacional e regional e estímulo à produção independente que objetive sua divulgação;
- III– regionalização da produção cultural, artística e jornalística, conforme percentuais estabelecidos em lei;
- IV– respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família.

Não é demais lembrar que todo aquele que se utiliza de bens públicos serve-se de algo que pertence ao povo e, assim sendo, emissoras de rádio e televisão servem-se, para as

⁶ Propriedade cruzada é quando o mesmo grupo controla diferentes mídias, como TV, rádios e jornais. Na maior parte das democracias consolidadas, há limites a essa prática por se considerar que ela afeta a diversidade informativa. No Brasil, não existem limites, e justamente por isso esse é um dos temas em pauta no debate sobre a regulamentação.



suas transmissões, de um espaço público. Como o Estado também não exerce as funções de proprietário, mas de administrador desses bens, nada mais natural que na produção e programação das emissoras de rádio e televisão sejam observados os princípios enunciados no art. 221 da Constituição Federal.

Reforçando esse sistema de princípios, a Constituição Federal determina, em seu art. 220, § 3º, inciso II, competir à lei federal :

“estabelecer os meios legais que garantam à pessoa e à família a possibilidade de se defenderem de programas ou programações de rádio e televisão que contrariem o disposto no art. 221, bem como da propaganda de produtos, práticas e serviços que possam ser nocivos à saúde e ao meio ambiente”.

Como se isso não bastasse, em 28 de maio de 2002 foi promulgada a Emenda Constitucional nº 36, que acrescentou ao art. 222 o atual parágrafo 3º, com a seguinte redação:

§3º – Os meios de comunicação social eletrônica, independentemente da tecnologia utilizada para a prestação do serviço, deverão observar os princípios enunciados no art. 221, na forma de lei específica, que também garantirá a prioridade de profissionais brasileiros na execução de produções nacionais.

Vale ressaltar que a lei específica, referida nessa disposição constitucional, tampouco foi promulgada quase dez anos da promulgação da referida emenda.

Quando se trata da proibição do monopólio da mídia constante no do art. 220, § 5º da Constituição Federal também permanece até os dias atuais não regulamentado por lei . E o professor Comparato (2012) adverte que não é preciso grande esforço de análise para perceber que tal norma não é autoaplicável, pois monopólio e oligopólio não são conceitos técnicos do Direito; são noções, mais ou menos imprecisas, da ciência econômica.

De qualquer sorte, se o combate ao abuso do poder econômico representa um preceito fundamental da ordem econômica (Constituição Federal, art. 173, § 4º), o abuso de poder na comunicação social constitui um perigo manifesto para a preservação da ordem republicana e democrática o que torna urgente e necessária a regulamentação da norma constitucional nesta seara.

Diante desta falta de regulamentação o jurista e professor Fábio Konder Comparato é autor de três Ações Diretas de Inconstitucionalidade por Omissão (ADO), contra o Congresso Nacional. Com as ADOs, o jurista pretende que os parlamentares se pronunciem sobre temas



ainda em aberto na legislação brasileira, como por exemplo, a garantia do direito de resposta nos meios de comunicação; a proibição do monopólio e do oligopólio no setor; e o cumprimento, pelas emissoras de Rádio e TV, de alguns princípios que devem reger a programação.

3.1 Ação Direta de Constitucionalidade por Omissão (ADO)

O professor Comparato, acima citado, esclareceu em entrevista que está na terceira tentativa de que o Supremo analise assunto da regulamentação da Constituição de 1988 no que se refere à Comunicação. A primeira ação foi proposta em nome da FENAJ – Federação Nacional dos Jornalistas e da FITERT – Federação Interestadual de Rádio e Televisão.

No entanto, a relatora no Supremo Tribunal Federal, ministra Ellen Gracie, não autorizou o seu prosseguimento, declarando que somente as confederações sindicais, e não as federações, podem propor tais ações- independente do o art. 103, IX da Constituição ser claro ao afirmar que são legitimadas a propor ações diretas de inconstitucionalidade, não só as confederações sindicais, mas também as “entidades de classe de âmbito nacional”.

Diante da negativa, o professor impetrou em nome CONTCOP – Confederação Nacional dos Trabalhadores em Comunicação e Propaganda e do PSOL – Partido Socialismo e Liberdade, ações da mesma natureza.

A Ação Direta de Inconstitucionalidade por Omissão de nº 10, impetrada em nome do PSOL para fixar a omissão dos Poderes Públicos em regulamentar vários artigos da Constituição sobre os meios de comunicação de massa, encontra-se paralisada há mais de um ano, em mãos do Procurador-Geral da República esperando parecer que, deveria por lei, ter sido dado em quinze dias.

Ao relatar o (não) andamento da Ação ao jornalista Paulo Henrique Amorim do blog “Conversa Afiada”⁷ o professor Comparato(2012) indaga:

E vamos nos queixar a quem? Antigamente, segundo o ditado popular, aconselhava-se a vítima a se queixar ao bispo. Agora, nem este recurso subsiste. Os Ministros do Supremo Tribunal Federal não respondem perante o Conselho Nacional de Justiça, assim como o Procurador-Geral da República não responde perante o Conselho Nacional do Ministério Público.

⁷ www.conversaafiada.com.br



No que refere à inércia do Congresso sobre esta matéria o ilustre entrevistado observa que a maioria absoluta dos membros do Congresso Nacional, nas diferentes legislaturas, tem cedido à pressão do oligopólio empresarial que domina o mercado de comunicação de massa no Brasil.

4. PELA DEMOCRATIZAÇÃO DO MERCADO DE MÍDIA E DA COMUNICAÇÃO

O baronato midiático representado por seus jornalistas acusam o discurso de controle social da mídia como restabelecimento da censura, justo por não quererem ver esta situação histórica alterada.

Desta forma, a mídia hegemônica tenta confundir a opinião pública colocando regulamentação como sinônimo de censura. Combate à ideia de regulamentação e levanta as hipóteses de “retorno da censura”, mas sem apontar objetivamente onde estaria a censura.

Antes de tudo, é preciso deixar claro que os principais países democráticos do mundo têm seus marcos regulatórios para a área das comunicações e esta regulação não tem se configurado como censura, basta olhar os exemplos do Reino Unido, França, Estados Unidos, Portugal e Alemanha. Ao contrário, nesses países onde existe, não apenas leis que regulam o setor, mas órgãos voltados para a tarefa de regulação, tem-se a garantia de maior liberdade de expressão para amplos setores sociais.

No livro “Liberdade de Expressão x Liberdade de Imprensa - Direito à Comunicação e Democracia” o professor Venício de Lima (2010) esclarece que, no seu entendimento, ao tratar do tema da democratização da Comunicação estamos nos referindo a uma democratização do mercado de mídia. O autor trata do tema da democratização a partir das ideias de Giovanni Sartori (um ítalo-americano de reconhecida autoridade dentro do campo do liberalismo) que defende a tese de que uma das condições para a democracia é um sistema de mídia policêntrico, para que não haja concentração da propriedade dando a possibilidade de expressão às diferentes opiniões existentes na sociedade.



Conexa mas distinta da luta pela democratização do mercado de mídia é a luta pelo direito à comunicação que não inclui só o direito à informação, mas também o direito à expressão que temos como indivíduos e cidadãos. E, conforme consta na Carta do primeiro encontro mundial de blogueiros⁸ “o direito humano à comunicação é hoje uma questão estratégica”, e a luta pela liberdade de expressão não se confunde com a liberdade propalada pelos monopólios midiáticos, que castram a pluralidade informativa.

CONCLUSÃO

Apesar dos argumentos aqui trazidos ainda serem merecedores de aprofundamento pois a intenção maior é chamar a atenção para a relevância do tema e a necessidade do aprofundamento do debate, entendemos que, pelo menos, três razões⁹ que justificam um novo marco regulatório para as comunicações no Brasil foram explicitadas, quais sejam:

- a ausência de pluralidade e diversidade na mídia atual, que esvazia a dimensão pública dos meios de comunicação e exige medidas afirmativas para ser contraposta.
- a legislação brasileira no setor das comunicações é arcaica e defasada, não está adequada aos padrões internacionais de liberdade de expressão e não contempla questões atuais, como as inovações tecnológicas e a convergência de mídias.

e, por fim,

- a Constituição Federal de 1988 continua carecendo da regulamentação da maioria dos artigos dedicados à comunicação (220, 221 e 223), deixando temas importantes como a restrição aos monopólios e oligopólios e a regionalização da produção sem nenhuma referência legal, mesmo após 23 anos de aprovação.

Finalmente é importante reprisar que o que os barões da mídia chamam de “retorno à censura” nada mais é o que a luta pelo cumprimento da Constituição, pois reivindicar novos marcos regulatórios que incentivem os meios públicos e comunitários; impulsionem a diversidade e os veículos alternativos; coíbam os monopólios, a propriedade cruzada e o uso indevido de concessões públicas e garantam o acesso da sociedade à comunicação

⁸ Realizado Foz do Iguaçu (Paraná, Brasil), nos dias 27, 28 e 29 de outubro- encontro que confirmou a força crescente das chamadas novas mídias, com seus sítios, blogs e redes sociais e contou com a presença de 468 ativistas digitais, jornalistas, acadêmicos e estudantes, de 23 países e 17 estados brasileiros

⁹ Razões que se encontram entre as que fundamentaram



democrática e plural , nada mais é do que reivindicar o cumprimento da Constituição. Se isso for um sonho, não deixemos de lutar por ele. Se o sonho acabar, busquemos em “outra padaria” - como aconselhou o Barão de Itararé.

REFERÊNCIAS

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. São Paulo: Saraiva, 2012.

CENTRO DE PESQUISA DA MÍDIA ALTERNATIVA BARÃO DE ITARARÉ. Disponível em <http://www.baraodeitarare.org.br/> Acesso em: 17 abr. 2012.

CIOTOLA Gennaro Portugal. **A Mídia e o Quarto Poder**. Disponível em <http://meuartigo.brasilecola.com/historia-do-brasil/a-midia-quarto-poder.htm> Acesso em 18 abr. 2012.

COMPARATO. Fábio Konder .**Que o governo Dilma não se acovarde diante da mídia**. 10 de Janeiro de 2011, Jornal online “Vermelho”, entrevista concedida a Joana Rozowykiat. disponível em http://www.vermelho.org.br/noticia.php?id_secao=6&id_noticia=145157 Acesso em 17 abr. 2012.

GIANNOTTI ,Vito. O Poder da Mídia e a Luta pela Democratização dos Meios de Comunicação no Brasil. **Revista Pucviva**, N° 25 disponível em http://www.apropucsp.org.br/revista/r25_r06.htm acesso em 10/04/2012

GRUPPI, Luciano. **O Conceito de Hegemonia Em Gramsci**. Ed. 4, São Paulo: Paz e Terra, 2000.

GUARESCHI. Pedrinho; BIZ. Osvaldo. **Mídia, educação e cidadania**. São Paulo: Vozes, Ed 2, 2005.

LIMA, Venício de. **Mídia: Teoria e Política**. São Paulo: Perseu Abramo, 2001.

_____. **Liberdade de Expressão x Liberdade de Imprensa: Direito à Comunicação e Democracia** São Paulo: Publisher Brasil, 2010.

LOPO, Paulo. **Constituição e mídia**. São. Paulo: Saraiva, 2006

PLATAFORMA para um novo Marco Regulatório das Comunicações no Brasil disponível em <http://www.baraodeitarare.org.br/noticias/plataforma-para-um-novo-marco-regulatorio-das-comunicacoes-no-brasil-3.html> acesso 19/04/2012

SOUSA, Afonso Félix de. **Máximas e Mínimas do Barão de Itararé**. Rio de Janeiro: Record, 1985.