

A lei de mídias e a capacidade estatal com democracia no Brasil

Antônio Assis Brasil¹, Marco Cepik²

1 Autor, Comunicação Social - Jornalismo, FABICO/UFRGS

2 Orientador



XXV SIC
Salão Iniciação Científica

CSA - Ciências Sociais e Aplicadas

INTRODUÇÃO

Este trabalho é uma pesquisa normativa (Snyder, 2003) que tem como objetivo discutir a necessidade e a deseabilidade do Brasil criar uma lei de regulamentação de mídias. O marco regulatório é uma demanda recorrente dos movimentos sociais há bastante tempo. Venezuela, Argentina, Bolívia e, mais recentemente, Equador, estabeleceram novos marcos regulatórios para a mídia. No Brasil, no entanto, a lei em vigência no setor, o Código Brasileiro de Telecomunicações, é a mesma desde 1962, com poucos acréscimos de novas normas. Além disto, os artigos 220 e 221 da Constituição Federal de 1988 que, respectivamente, impedem os meios de comunicação social de serem objetos de monopólios ou oligopólios e que asseguram a preferência às programações com “finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas”, até hoje não foram regulamentados.

PERGUNTA

O Brasil deve ter uma lei de regulamentação de mídias?

METODOLOGIA DE PESQUISA

Para a realização desta pesquisa, serão analisadas as leis em vigência no Brasil e os projetos de leis que regulamentam os meios de comunicação, bem como as leis vigentes em outros países, especialmente da América Latina. Também será analisada a atual conjuntura brasileira dos meios de comunicação e se esta caracteriza formação de oligopólios.



O projeto de lei da mídia democrática, lançado em Agosto de 2013, pretende regulamentar pontos da constituição ainda não regulamentados.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Mais de 70% de todas as emissoras de TV aberta são controladas ou afiliadas a menos de dez empresas. Estima-se que cerca de 50% do que é gasto em publicidade no Brasil vai para uma família, apenas. O espectro eletromagnético é de domínio da União e a radiodifusão deve ser destinada ao bem público. A Lei da mídia democrática tem o objetivo justamente de regulamentar os artigos 220 e 221 da constituição federal, de evitar os oligopólios nacionais e regionais da mídia, além de criar um Conselho Nacional de Políticas de Comunicação, responsável por regular os serviços e observar o cumprimento da lei

BIBLIOGRAFIA

GUARESCHI, Pedrinho A. . Comunicação & poder: A presença e o papel dos meios de comunicação de massa estrangeiros na América Latina. 13. ed. PETROPOLIS - RJ: VOZES, 1981. 88p. HERZ, Daniel. A história secreta da Rede Globo. Porto Alevre – RS: Dom Quixote, 2009. BIANCO, N. R. (Org.) ; Ramos, M.C (Org.) . Estado e Comunicação. 1. ed. São Paulo/Brasília: Intercom, UnB e Casa das Musas, 2008. CEPIK, Marco. Regime político e sistema de inteligência no Brasil: legitimidade e efetividade como desafios institucionais. Dados, Rio de Janeiro, v. 48, n. 1, Mar. 2005. Projeto de lei de iniciativa popular da comunicação social eletrônica, disponível em: <http://www.paraexpressaraliberdade.org.br/arquivos-nocms/plip_versao_final.pdf>. Quem são os donos da mídia no Brasil, entrevista de Daniel Herz para Luiz Egypto, disponível em: <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/cadernos/cid240420021.htm>> . SNYDER, Jack. “Is” and “ought”: Evaluating Empirical Aspects of Normative Research.in ELMAN, Colin; ELMAN, Miriam Fendius. Progress in international relations theory. 2003.



MODALIDADE
DE BOLSA

Iniciação Científica