



Seminário Internacional  
**Regulação da Mídia e  
Direito à Comunicação**

23 e 24 . setembro . 2015 | São Paulo - SP

# Desafios e perspectivas na regulação da mídia no Brasil

Prof. Dr. Edgard Rebouças  
[edgard.reboucas@ufes.br](mailto:edgard.reboucas@ufes.br)



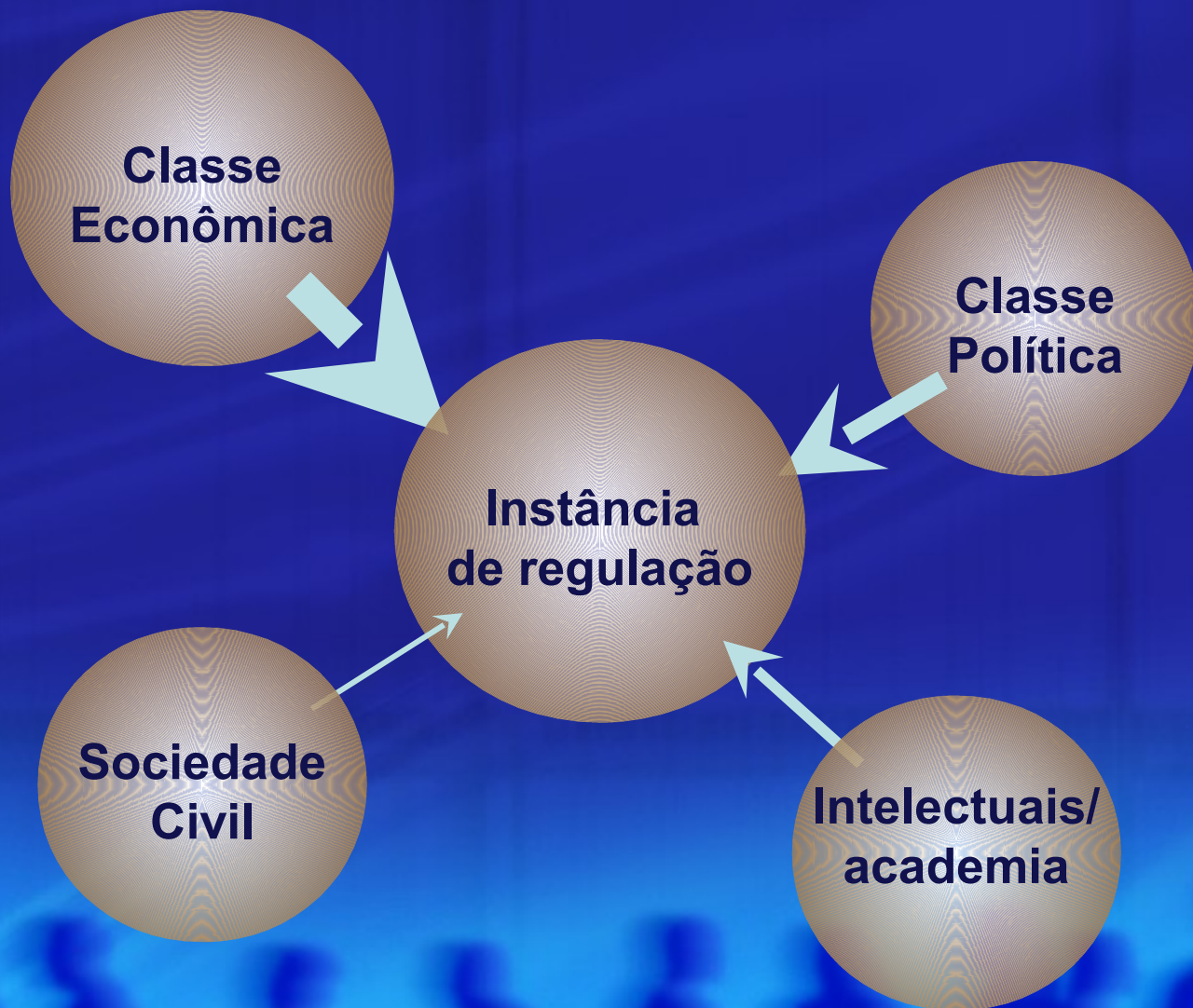
# Oportunidades

- Constituinte (**Cap. V**)
- TV a **cabo**
- Publ. **bebidas, tabaco,** medicamentos e agrotóxicos
- Rádios **comunitárias**
- Direito **autoral**
- Capital** estrangeiro
- Conselho** de Comunicação Social
- TV e rádio **digitais**
- Classificação** indicativa
- Ancinav**
- Cons. Fed. Jornalismo
- Publicidade para** crianças
- Publicidade de **alimentos, medicamentos e bebidas**
- TV pública** (EBC)
- Concessões** de rádio e TV
- Lei de **Imprensa**
- Diploma** de Jornalismo
- Confecom**
- 50 anos do **CBT**
- Diretrizes** curriculares
- Conteúdos na **TV por assinatura**
- Marco Civil da **Internet**
- PLIP** Mídia Democrática
- Financiamento de **campanhas**

# Quadro conjuntural

- ❑ Interesse público X interesse privado
- ❑ Controle social ≠ Censura
- ❑ Governo omissivo
- ❑ Legislativo (des)comprometido
- ❑ Judiciário legislando
- ❑ Empresas acima da lei
- ❑ Corporocracia
- ❑ Aposta da anomia
- ❑ Movimentos sociais desarticulados

# Diagrama de vetores de pressão dos atores sociais nas políticas de comunicações



# Atores sociais

## 1º - A voz do “dono”

- Assoc. Bras. de Emissoras de Rádio e TV (**Abert**)
- Assoc. Bras. de Radiodifusão, Tecnologia e Telecomunicações (**Abratel**)
- Assoc. Bras. de Radiodifusores (**Abra**)
- Assoc. Bras. de Televisão por Assinatura (**ABTA**)
- Assoc. Nacional de Editores de Revista (**Aner**)
- Associação Nacional de Jornais (**ANJ**)
- Assoc. Bras. de Agências de Publicidade (**Abap**)
- Assoc. Bras. de Anunciantes (**ABA**)
- Cons. Nac. de Autorregul. da Publicidade (**Conar**)
- Sind. Nacional da Ind. Cinematográfica (**SNIC**)
- União Brasileira de Vídeo e Games (**UBV&G**)

# Atores sociais

## 2º - A classe política

### Executivo

- Presidência da República (Casa Civil / Secom)
- Ministério das Comunicações
- Ministério da Justiça
- Ministério da Cultura
- Ministério da Educação
- Ministério da Saúde
- Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação
- Agências “independentes”
  - Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel)
  - Agência Nacional do Cinema (Ancine)
  - Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa)

### Legislativo

### Judiciário

### Ministério Público (Federal e estaduais)

# Atores sociais

## 3º - Pela maioria silenciosa

- ❑ Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (**FNDC**)
- ❑ Coletivo **Intervozes**
- ❑ Instituto **Alana**
- ❑ **Artigo XIX**
- ❑ **Andi** – Comunicação e Direitos
- ❑ **Barão** de Itararé
- ❑ *Enecos, CRIS Brasil, Ética na TV, ONG Tver, TV Bem, O Amanhã de Nossos Filhos (OANF)/TFP*
- ❑ E todas aquelas entidades na **Confecom...**

# Atores sociais

## 4º - O embasamento

■ Unesco

■ Grupos de pesquisa universitários

■ Rede Nacional de Observatórios (Reno)

■ Socicom

■ Associações

■ Intercom


■ Compós

■ Ulepicc



# Conselho de Comunicação Social

(órgão auxiliar do Congresso Nacional)

 *Na ebulição dos acontecimentos dos dias atuais e na emergência dos problemas que surgem a cada instante, o Congresso Nacional necessita de avaliações acuradas de especialistas que se debruçam sobre as questões que envolvem a comunicação social, para que possamos dar respostas justas, respostas rápidas, respostas certas, à sociedade*

Renan Calheiros,  
15 de julho de 2015

# Conselho de Comunicação Social

(órgão auxiliar do Congresso Nacional)

Conselho de Comunicação Social do Congresso Nacional		
	Titular	Suplente
<b>Empresas de rádio</b>	Walter Vieira Ceneviva	Paulo Machado de Carvalho Neto
<b>Empresas de TV</b>	José Francisco de Araújo Lima	Márcio Silva Novaes
<b>Empresas de imprensa escrita</b>	Marcelo Antônio Rech	Lourival Santos
<b>Engenheiro com notórios conhecimentos na área</b>	Roberto Dias Lima Franco	Lilliana Nakonechnyj
<b>Jornalistas</b>	Celso Augusto Schröder	Maria José Braga
<b>Radialistas</b>	José Catarino do Nascimento Silva	Antônio Maria Thaumaturgo Cortizo
<b>Artistas</b>	Sydney Sanches	Jorge Coutinho
<b>Profissionais de cinema e vídeo</b>	Pedro Pablo Lazzarini	Luiz Antonio Gerace da Rocha e Silva
<b>Sociedade civil</b>	Ronaldo Lemos Miguel Ângelo Cançado Marcelo Antônio Cordeiro de Oliveira Henrique Eduardo Alves Fernando César Mesquita	Patrícia Blanco Ismar de Oliveira Soares Murilo Cesar Ramos Aldo Rebelo Davi Emerich

# Conselho de Comunicação Social

(órgão auxiliar do Congresso Nacional)

Conselho de Comunicação Social do Congresso Nacional		
	Titular	Suplente
<b>Empresas de rádio</b>	Walter Vieira Ceneviva	Paulo Machado de Carvalho Neto
<b>Empresas de TV</b>	José Francisco de Araújo Lima	Márcio Silva Novaes
<b>Empresas de imprensa escrita</b>	Marcelo Antônio Rech	
<b>Engenheiro com notórios conhecimentos na área</b>	Roberto Dias Lima Franco	Lilliana Nakonechnyj
<b>Jornalistas</b>	Celso Augusto Schröder	Maria José Braga
<b>Radialistas</b>	José Catarino do Nascimento Silva	Antônio Maria Thaumaturgo Cortizo
<b>Artistas</b>	Sydney Sanches	Jorge Coutinho
<b>Profissionais de cinema e vídeo</b>	Pedro Pablo Lazzarini	Luiz Antonio Gerace da Rocha e Silva
<b>Sociedade civil</b>	Ronaldo Lemos Miguel Ângelo Cançado Marcelo Antônio Cordeiro de Oliveira Henrique Eduardo Alves Fernando César Mesquita	Patrícia Blanco Ismar de Oliveira Soares  Aldo Rebelo Davi Emerich

# Expropriação do direito à comunicação

- Em que momento da História foi dada a **procuração em branco** para que empresas de mídia falassem em nome de todos?
- O **espaço** público passou a ser de “propriedade” dos donos de jornais e não mais do **povo**, do **cidadão**, do **indivíduo**.
- A partir daí, a sociedade passou a ocupar um papel **coadjuvante** de seu direito à comunicação.

# À sobra das maiorias silenciosas

- ☐ Política da **não política**
- ☐ Princípio do **não debate**
  - ☐ Futebol
  - ☐ Política
  - ☐ Religião
  - ☐ Mídia
- ☐ **Ilusões** necessárias
- ☐ **Consenso** fabricado
- ☐ Inércia / apatia / desinteresse
- ☐ **Resgate de uma ação coletiva**

# Opinião/participação pública

- A razão pública surge como **participante na criação de novas políticas**. E sendo essa razão estruturada como um poder, as políticas devem nascer, não como uma vontade política, mas como um **resultado fundamentado sobre uma razão da sociedade**.
- Diferenças entre **fazer parte** e **tomar parte**.

# Pontos de reflexão

- ❑ Formação de um **contra-poder** / resistência
- ❑ Problemas da própria organicidade
- ❑ A conquista de uma razão política pela sociedade está ligada à **representação e que ela faz de si mesma.**
- ❑ A passagem da militância romântica e voluntária para o “profissionalismo”
- ❑ Resgatar o espírito do ***tomar parte***, mais do que o simples *fazer parte*

■ A sociedade civil não pode atribuir à mídia um **dever que é inerente de seu papel**. O status do **cidadão** é o mesmo que o do **consumidor/espectador**

■ Por que é **livre, crítico, soberano** quando vota, e **passivo, alienado, conformista** quando o assunto é o debate de políticas de comunicações?



## ■ A quem recorrer?

■ Uma instituição que é essencial à função jurisdicional do Estado, incumbindo-lhe a **defesa da ordem jurídica**, do regime democrático e dos **interesses sociais** e individuais.

■ Como em algumas outras áreas, não apenas *procurar*, mas **encontrar** e agir.



Seminário Internacional  
**Regulação da Mídia e  
Direito à Comunicação**

23 e 24 . setembro . 2015 | São Paulo - SP

# Desafios e perspectivas na regulação da mídia no Brasil

Prof. Dr. Edgard Rebouças  
[edgard.reboucas@ufes.br](mailto:edgard.reboucas@ufes.br)

