

COMUNICAÇÃO MÍDIA E *FAKE NEWS*

GOVERNO DO ESTADO
DO ESPÍRITO SANTO

Secretaria de Direitos Humanos



10



GOVERNO DO ESTADO
DO ESPÍRITO SANTO

GOVERNADOR

Renato Casagrande

VICE-GOVERNADORA

Jacqueline Moraes Avelina

SECRETÁRIA DE ESTADO DE DIREITOS HUMANOS

Nara Borgo Cypriano Machado

**SUBSECRETÁRIA DE ESTADO DE PROMOÇÃO
PROTEÇÃO E DEFESA DOS DIREITOS HUMANOS**

Raiana Ribeiro Rangel

ASSESSOR ESPECIAL

Geovanni Lima da Silva

GERENTE DE POLÍTICAS PARA JUVENTUDE

Fabricia Goetsch Barbosa

Esta obra é licenciada por uma licença creative commons



É permitido copiar, distribuir, exibir, executar a obra e criar obras derivadas desde que sem fins comerciais e que seja dado o crédito apropriado aos autores.

**Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(Câmara Brasileira do Livro, SP, Brasil)**

Espírito Santo (Estado). Secretaria de Estado de
Direitos Humanos
Comunicação, mídia e fake news / Espírito
Santo (Estado). Secretaria de Direitos Humanos. --
Vitória, ES : Grafica Aquarius, 2022.

Bibliografia.
ISBN 978-65-88674-23-9

1. Comunicação 2. Comunicação pública
3. Jornalismo 4. Liberdade de expressão e
comunicação 5. Notícias falsas I. Título.

22-119887

CDD-070.4

Índices para catálogo sistemático:

1. Notícias falsas : Jornalismo 070.4

Aline Grazielle Benitez - Bibliotecária - CRB-1/3129

Aquarius Gráfica e Editora

Av. Marcos de Azevedo, 299 - Parque Moscoso

29018-035 - Vitória / ES

Tel: (27) 3223-5222

E-mail: arte@aquariusgrafica.com.br

SUMÁRIO

Apresentação 05

SEÇÃO 1

A COMUNICAÇÃO COMO UM DIREITO HUMANO
FUNDAMENTAL 06

SEÇÃO 2

LEGISLAÇÕES NO CAMPO DA COMUNICAÇÃO E SEUS
DESAFIOS 20

SEÇÃO 3

O PAPEL DA MÍDIA NO PROCESSO FORMATIVO DE
SUJEITOS 38

SEÇÃO 4

DESAFIOS DA COMUNICAÇÃO, NOVAS TECNOLOGIAS E
FAKE NEWS 42

Referências 55

EDITORIAL

Conselho Editorial:

Danielly Campos, Geovanni Lima da Silva, Fabrícia Goetsch Barbosa, Hingridy Fassarella Caliari, Mônica Patrícia Gomes Machado, Patrício Baionco Mindelo Biaguê, Patrícia Cortes Ferreira e Raiana Ribeiro Rangel.

Editor Responsável:

Mônica Patrícia Gomes Machado

Consultoria Especializada em Sistematização de Conteúdo e Redação: Marcilene Forechi (ES 00690/JP)**Consultoria Especializada em Comunicação para Padronização da Linguagem, Conteúdos e Textos Complementares:**

Mirela Adams (ES 00651/JP)

Projeto Gráfico:

Gráfica Aquarius Ltda

Diagramação:

Gráfica Aquarius Ltda

Revisão:

Felícia Scabello Silva

Impressão:

Gráfica Aquarius Ltda.

Tiragem: 1.000 unidades

SEDH: Rua Sete de Setembro, 362 - 5º andar - Centro,
Vitória - ES, 29015-000 - Contato: (27) 3636-1330
Ano: 2022

Site: www.juventudes.es.gov.br

Instagram: @juventudes_es

Comunicação, Mídia e Fake News

“O termômetro que mede a democracia numa sociedade é o mesmo que mede a participação dos cidadãos na comunicação.”

Herbert de Souza, sociólogo - Betinho

O direito à informação e à liberdade de opinião e expressão encontra-se contemplado na Declaração Universal dos Direitos Humanos. Mas só recentemente a comunicação passou a ser reconhecida por organismos internacionais, como a Unesco, por exemplo, como um Direito Humano fundamental. Esse reconhecimento permite que a comunicação seja entendida como um direito que possibilita e potencializa o exercício pleno de outros direitos.

Nesse Módulo, faremos uma abordagem dessa abrangência a partir da perspectiva da comunicação pública e de suas implicações nos processos formativos que ocorrem na sociedade. Para isso, abordaremos o modo como a comunicação é entendida no Brasil, como um serviço e não como um direito. Esse entendimento traz consequências que vão desde a concentração dos meios de produção, principalmente os eletrônicos, até a falta de ações dos poderes públicos para instituir modelos comunicativos descentralizados e incluídos.

Iremos abordar a comunicação como um direito humano e a transparência como um compromisso necessário das gestões públicas, impactando a garantia e o exercício dos demais direitos e da cidadania. Também iremos entender a lógica dos novos meios de comunicação e de que maneira a tecnologia, a digitalização e o uso intensivo da internet e dos dispositivos móveis promovem um outro tipo de exclusão, a exclusão digital, e contribuem para o aprofundamento das desigualdades.

APRESENTAÇÃO

São Objetivos desse Módulo

- 1 - Entender** a comunicação como um Direito Humano fundamental.
- 2- Identificar** as legislações no campo da comunicação e seus desafios.
- 3 - Destacar** o papel da mídia no processo formativo de sujeitos na sociedade.
- 4 - Apontar** os desafios da comunicação, novas tecnologias e *fake news*.

A COMUNICAÇÃO COMO UM DIREITO HUMANO FUNDAMENTAL

O direito de cada um e de todos de opinar é substituído pelo poder de alguns de exercer esse direito.

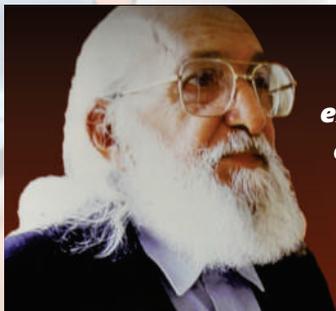
(Marilena Chauí)

O direito à informação está previsto no Artigo 19 da Declaração Universal dos Direitos Humanos (ONU, 1948) e envolve, entre outros aspectos, a defesa da comunicação pública, o combate à censura e a instituição de mecanismos de transparência que promovam um fluxo de informação mais equilibrado e inclusivo. Mas não há, naquele documento, menção ao Direito Humano à Comunicação que se distingue do Direito à Informação. Isso nos leva a pensar que, como um direito, a comunicação deve ser acessível a todos sem distinção e não apenas a empresas ou instituições públicas ou privadas que a exploram como um serviço.

A Constituição Brasileira de 1988 diz que a comunicação é um serviço que pode ser prestado por instituição pública ou privada. Esse entendimento interfere no modo como o processo se organiza e nos impactos que ele produz. Você pode perguntar qual a diferença entre a comunicação como direito e a comunicação como um serviço. E também questionar se, em qualquer um dos casos, não teriam as pessoas acesso às ferramentas de comunicação e acesso às informações produzidas por diferentes agentes públicos ou privados.

Apesar da aparente obviedade, são questionamentos complexos que não permitem respostas breves ou simplistas. O próprio direcionamento desses questionamentos, que se concentram no acesso à informação e não no processo de comunicação, oferecem pistas de como essa abordagem encontra-se muito presente no que entendemos por comunicação e o quão longe esse entendimento está da temática dos Direitos Humanos. O argumento de que, tanto o acesso às informações quanto aos meios e ferramentas para produzi-las encontram-se disponíveis para qualquer pessoa que tenha um telefone celular e acesso à internet é muito tentador.

Esse argumento parece ser, realmente, muito bom, mas, analisado um pouco mais detidamente, ele se mostra uma armadilha. Principalmente se trouxermos para essa análise o modo como a comunicação se organiza no Brasil, dentro de um modelo atrelado ao monopólio/oligopólio¹ dos grandes grupos de comunicação e à hegemonia dos meios de produção de informação. Atualmente, essa discussão ganha novos elementos, uma vez que é preciso inserir a internet como um meio para o qual convergem os demais - impresso e audiovisual - e que permite conectar pessoas em redes, tornando-as, ao mesmo tempo, produtoras e receptoras de informações.



“O mundo social humano não existiria se não fosse um mundo capaz de comunicar - o mundo dos seres humanos é um mundo de comunicação”.

Paulo Freire

O direito à informação contido na Declaração Universal dos Direitos Humanos sugere o direito de ser informado por instituições que têm a finalidade de produzir e difundir informações das mais variadas. Isso supõe ser informado, também, sobre atos públicos e não apenas sobre o que acontece no mundo, no formato de notícias, ou sobre produtos e serviços, no formato de informes publicitários. O direito à comunicação, por outro lado, sugere mais do que o direito de ser informado; sugere o direito de informar e de participar do processo comunicativo como algo fundamental para a concretização da democracia e das liberdades individuais e coletivas.

Mas, afinal de contas, que implicações tem essa diferença? De uma maneira bem simples, a comunicação como um direito supõe que todas as pessoas têm direito de receber, produzir e fazer circular informações. Todas têm direito aos meios e a informações descentralizadas. Quando o direito à informação foi inserido na Declaração Universal dos Direitos Humanos não havia, ainda, o entendimento da comunicação como um processo, mas como uma ferramenta que se concretiza no acesso à informação, entendida na perspectiva do conteúdo que circula na esfera pública nos meios de comunicação.

Temos que nos lembrar que, naquela época, os principais meios de comunicação de massa eram o rádio e o impresso (jornais e revistas). A televisão começava a se popularizar e chegou ao Brasil apenas na década de 1950. E devemos nos lembrar, também, que, ainda hoje, a televisão ainda é um meio de comunicação poderoso e que as emissoras abertas, com seus produtos noticiosos e informativos, estão na casa

de quase 100% dos brasileiros. Impossível negar, portanto, o peso que exercem os conteúdos e modelos veiculados pela TV na produção de sentidos e no imaginário da população. Acreditar que a TV perdeu, com a internet, força em seu poder de atingir grandes públicos é um equívoco e uma visão bastante limitada que carece de entendimento sobre as condições em que ocorrem as concessões no Brasil, conforme veremos na Seção.

Monopólio x Oligopólio?

Monopólio pode ser definido como o domínio de um único fornecedor sobre a oferta de um produto ou serviço, sem que haja concorrência. Esse tipo é raro e costuma acontecer mais frequentemente quando o detentor do serviço é o próprio Estado (monopólio estatal), como ocorre, por exemplo, no fornecimento de água potável e do tratamento do esgotamento sanitário. No caso da iniciativa privada, o monopólio ocorre devido a condições imperfeitas que impedem que outras empresas estejam aptas a disputar o fornecimento do serviço. Nesse tipo de situação, as grandes empresas acabam por adquirir pequenas empresas com potencial para se tornarem concorrentes. Já oligopólio é uma situação em que um pequeno grupo de empresas domina o mercado. Isso ocorre com a telefonia celular, por exemplo, em que apenas quatro empresas dominam mais de 90% do mercado. Também verificamos essa situação no campo da comunicação, em que poucas empresas dividem o mercado. (Fonte: POLITIZE,2020).

Um Direito Fundamental

Para entender melhor a comunicação como um Direito Humano, é necessário inserir o entendimento de alguns conceitos em nossas análises - comunicação, informação, meios de comunicação, liberdade de opinião e de expressão, democracia - além de relacioná-los uns com os outros. As discussões sobre a comunicação como um direito são relativamente novas e começaram a ser pensadas a partir do final da década de 1960.

Segundo o pesquisador Camilo Vannuchi (2018), o conceito de comunicação como um direito humano foi expresso pela primeira vez em 1969, como o “direito de comunicar”, enunciado pelo então diretor dos Serviços Visuais e de Rádio no Escritório de Informação Pública da ONU. “Virá o tempo em que a Declaração Universal dos Direitos Humanos terá que abarcar um direito mais amplo que o direito humano à informação (...) trata-se do direito do homem de se comunicar²,” foi o que ele disse.

A luta pelo entendimento da comunicação como um direito começou a ganhar força a partir dos anos 1980, especialmente nos países da América Latina, após a experiência de regimes ditatoriais, que cercearam as liberdades individuais e de imprensa. As discussões foram aprofundadas na década de 1990 e passaram a abarcar, segundo Camilo Vannuchi (2018), duas ideias centrais: **1)** a urgência de se promover maior acesso aos meios de produção da notícia; e **2)** a necessidade de garantir canais que contribuíssem para dar voz da diferentes grupos, ampliando sua representatividade.

Os Meios de Comunicação em Massa Representam um Discurso Único

Os meios de comunicação de massa reproduzem na esfera pública discursos que não contemplam a diversidade de pessoas e contextos. O modelo de comunicação adotado no Brasil para a concessão dos serviços de radiodifusão contribui para que as notícias e informações que circulam na grande mídia representem porções da realidade escolhidas por quem detém os meios de produção e os canais de circulação. E mais importante: as informações representam uma parcela da população, transformada por processos históricos, sociais e culturais em “maioria política,” sendo, portanto, uma espécie de modelo de normalidade.

Até que Ponto a Internet Muda o Cenário da Comunicação?

E atualmente? Não estaríamos diante de uma nova realidade, com a internet, as novas tecnologias de informação e comunicação, a cultura da conexão e as mídias sociais? Obviamente que sim, estamos vivendo, especialmente, a partir da segunda década do Século XXI, um momento diferente, no qual as ferramentas de comunicação informação disponíveis, por meio dos dispositivos móveis, das redes sociais e das ferramentas de distribuição instantânea de conteúdo, mudaram o cenário da comunicacional.

Devemos observar, no entanto, que os grandes veículos de comunicação continuam a ocupar os espaços de produtores de informação e a possibilidade de que muitas pessoas produzam e distribuam conteúdos não significa, de forma automática, que o direito à comunicação esteja garantido.

Também não significa que haja mais diversidade na produção ou que haja mais representatividade para segmentos excluídos da população. E isso ocorre por pelo menos três motivos: 1) os grandes meios possuem, ainda, legitimidade para informar, por meio do jornalismo principalmente; 2) faltam dispositivos de regulação dos meios e dos conteúdos; e 3) a internet ainda não é uma realidade na mesma proporção para todas as pessoas.

Comunicação e Democracia: Participação da Sociedade Civil

O Coletivo Intervezes é uma organização criada em 2003 e que tem como propósito trabalhar pela efetivação do direito à comunicação no Brasil. Para o Intervezes, “o direito à comunicação é indissociável do pleno exercício da cidadania e da democracia: uma sociedade só pode ser chamada de democrática quando as diversas vozes, opiniões, culturas e raças que a compõem têm espaço para se manifestar” (INTERVOZES, online).

Como podemos observar, o Intervezes já estabelecia em seu propósito a relação entre o direito à comunicação, o exercício da cidadania e a efetivação da democracia. Essa relação só viria a ser institucionalizada no Brasil com o Decreto 7.037, de 21 de dezembro de 2009, que instituiu a terceira edição do programa Nacional de Direitos Humanos (PNDH-3). No Conselho Nacional de Direitos Humanos (CNDH), o Intervezes ocupa uma cadeira como titular representando a sociedade civil e coordena a Comissão Permanente de Direito à Comunicação e Liberdade de Expressão.

Um dos desafios para a promoção da comunicação como um direito é encontrar o ponto que distingue meio e

mensagens, e dentro dessa distinção o que é informação, o que é opinião, o que é predileção, o que é público e o que é privado. A filósofa Marilena Chauí, em um artigo publicado na Cartilha Comunicação e Direitos Humanos (CHAUÍ, 2018), diz que a produção multimídia potencializa o fenômeno da falta de distinção entre mensagens e conteúdo.

Segundo ela, na internet, todas as mensagens integram-se em um mesmo padrão cognitivo e sensorial e isso ocorre porque educação, notícias e espetáculos são fornecidos pelo mesmo meio. Os conteúdos, dessa forma, se misturam e se torna difícil distinguir a qual categoria pertencem, uma vez que eles deslizam por várias plataformas e formatos, além de se utilizarem de diferentes linguagens para a produção de uma mesma mensagem, em um fenômeno conhecido como transmídia³.

Além disso, outros fenômenos são destacados por Marilena Chauí para que não se faça mais distinção entre o que é diversão e o que é educação ou informação, por exemplo. Ela menciona a gamificação de conteúdos e a encenação na transmissão de informações: “programas educativos em forma de videogames, notícias em forma de espetáculo, transmissão de sessões do Poder Legislativo ou do sistema Judiciário como se fossem novelas, jogos esportivos como se fossem coreografias de dança”.

Podemos entender, a partir dessas reflexões, que as produções multiplataformas unificam manifestações distintas em um único universo, traduzindo-se em dificuldade para se trabalhar o conceito de direito à comunicação. Tem-se, nesse universo digital, em que todos têm voz, uma sensação de que a comunicação é um dado, bastando um ato de vontade para que se possa apropriar dele.

Desconsidera-se nessa análise simplista um processo que envolve a formação dos sujeitos para essa nova realidade midiática e para a cultura do digital, em que as barreiras de tempo e espaço foram rompidas e cada um dos sujeitos se transforma, ele mesmo em uma mercadoria na seara das redes sociais digitais. Bons exemplos de sujeitos como mercadorias no cenário midiático digital são os jovens influenciadores digitais, que não produzem conteúdos apenas, mas transformam suas imagens em um produto. Não importa o meio onde estejam e, sim, o que eles têm para dizer e o modo como dizem.



intervozes
coletivo brasil de
comunicação social



É uma organização que trabalha pela efetivação do direito humano à comunicação no Brasil. Para o Intervozes, o direito à comunicação é indissociável do pleno exercício da cidadania e da democracia: uma sociedade só pode ser chamada de democrática quando as diversas vozes, opiniões, culturas e raças que a compõem têm espaço para se manifestar. O coletivo é formado por ativistas e profissionais com formação e atuação nas áreas de Comunicação Social, Direito, Arquitetura, Artes e outras, distribuídos em 15 estados brasileiros e no Distrito Federal. Cada associada e associado do Intervozes é, ao mesmo tempo, promotor(a) de ações locais e colaborador(a) na formulação e realização de estratégias nacionais adotadas pelo coletivo. Se você quer se aprofundar ainda mais sobre o tema do direito à comunicação navegue no site, lá você vai encontrar uma vasta biblioteca de conteúdos de texto e audiovisual.

Regulação da Mídia X Censura

Alguns conceitos e expressões são fundamentais para se viabilizar a comunicação como um direito e eles têm sido usados, muito recorrentemente, de modo equivocado. Liberdade de expressão, democratização dos meios de comunicação e regulamentação da mídia são expressões usadas, principalmente pelos grandes grupos que detêm controle da informação no Brasil de modo a parecer que, uma vez colocados em prática, se constituem em atentado contra a democracia. Há muitas situações no nosso dia a dia que permitem perceber esses equívocos.

Um equívoco muito comum é o que entende liberdade de expressão com a liberdade de dizer ou fazer qualquer coisa, ainda que contrariando a lei ou os valores da sociedade. Quando uma pessoa, por exemplo, produz conteúdo para as mídias sociais se posicionando de forma preconceituosa e racista contra uma pessoa ou grupos de pessoas, não estamos diante de “liberdade de opinião e de expressão”, uma vez que a prática de racismo é um crime previsto na legislação brasileira e internacional. Da mesma forma, fazer apologia à ditadura militar e convocar pessoas para protestar contra a democracia não pode ser um ato encarado como aceitável do ponto de vista da liberdade de expressão. Essa suposta liberdade de expressão abre caminho para que atos criminosos, como apologia à tortura e deboche com o estupro, por exemplo, sejam percebidos como naturais pela sociedade.

Mas tanto os estudos que se debruçam sobre o tema da comunicação como direito como a experiência de países democráticos no mundo, entre eles a Alemanha, os Estados Unidos e a França, demonstram que essa é uma distorção proposital e infundada. Em todos esses países mencionados e em vários outros, há mecanismos de regulação dos meios, que envolvem, inclusive, restrições a determinados tipos de propaganda e limitam o alcance das transmissões de rádio e televisão sem que isso se constitua em censura ou ataque à democracia.

Um relatório produzido pela Unesco, e publicado em fevereiro de 2011, apresenta dados sobre sistemas regulatórios de radiodifusão estruturados com base em padrões internacionais e nas melhores práticas observadas em diferentes países. O objetivo específico do relatório, intitulado “O ambiente regulatório para a radiodifusão: uma pesquisa de melhores práticas para os atores-chave brasileiros” (MENDEL; SALOMON, 2011), é avaliar o cenário brasileiro à luz desses padrões internacionais e oferecer sugestões para mudanças.

Foram analisados os modos de organização da comunicação e os marcos regulatórios em dez países: África do Sul, Alemanha, Canadá, Chile, Estados Unidos, França, Jamaica, Malásia, Reino Unido e Tailândia. As análises desse documento são baseadas na Declaração Universal dos Direitos Humanos, no Marco de Indicadores de Desenvolvimento de Mídia da Unesco e nas Diretrizes CBA/Unesco para a Regulação da Radiodifusão.

O relatório da Unesco também se baseia nas declarações de organismos internacionais pela liberdade de expressão, entre eles a ONU para Liberdade de Opinião e Expressão, Organization for Security and Co-Operation in Europe (OSCE), Organização dos Estados Americanos para Liberdade de Expressão (OEA) e Comissão Africana de Direitos Humanos e dos Povos para a Liberdade de Expressão e o Acesso à Informação.



You Tube

O Acesso à Rede é um Direito?

***Neste videoclipe didático e
papo reto a gente entende
melhor porque a internet é
direito humano!***





O FND C nasceu nos anos 80 como movimento social pela democratização da comunicação e se transformou em entidade em 20 de agosto de 1995. Reúne entidades da sociedade civil para enfrentar os problemas da área das comunicações no país. No final de 2001, passa a atuar com mais força em razão das discussões sobre a regulamentação da área das comunicações - a digitalização dos meios - TV Digital.

Formulou e apresentou ao governo federal um programa para a área das comunicações voltado para a construção da democracia, da cidadania e da nacionalidade no Brasil. O texto foi construído durante a realização da IX Plenária, Rio de Janeiro em 2002.

**Saiba mais sobre
o FND C aqui**
www.fndc.org.br



Democratização

Regular não é Censurar

Quando falamos em democratização dos meios de comunicação o que está se discutindo é a regulamentação dos artigos 220 e 221 da Constituição Federal.

O Código Brasileiro de Telecomunicação é de 1962, anterior a TV em cores. E hoje vivemos uma convergência das mídias: Celular, Internet, TV.

O artigo 220 - proíbe o monopólio e o oligopólio nas comunicações e diz que cabe ao Estado estabelecer os meios legais para garantir a defesa de programas ou propagandas nocivas à saúde e ao meio ambiente já o artigo 221- define as finalidades da programação de rádio e TV.

Europa e Estados Unidos têm seus marcos regulatórios para os meios de comunicação, são comuns em praticamente todos os países europeus e também em nações de tradição político-cultural liberal, como os EUA. A experiência da Argentina - o parlamento aprovou, em outubro de 2009, a Lei 2.6522, denominada Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, que disciplina temas como a propriedade dos meios de comunicação e a vedação às práticas de monopólio e oligopólio. Nestes países as medidas de regulação estatal são consideradas como uma forma de expansão da liberdade de expressão e de pluralização do conhecimento.

LEGISLAÇÕES NO CAMPO DA COMUNICAÇÃO E SEUS DESAFIOS

A lei é sempre algo que nos protege. Não há liberdade de informação sem leis que organizam. A lei não é sempre a tirania. Ora, ela cria uma tirania na ditadura, sim, mas ela é o benefício na democracia.

(Dominique Wolton)

O conceito de direito à comunicação, segundo o pesquisador Camilo Vannuchi, passou a ser discutido na década de 1970 no âmbito da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO) e, a partir dos anos 2000, tem ganhado destaque na agenda pública como um tema político. A União Europeia aprovou, em 2008, uma diretiva estabelecendo limites para a publicidade e padrões mínimos de veiculação independente, regional e acessível. Na América Latina, marcos regulatórios no sentido de consolidar a comunicação como um direito humano foram aprovados na Argentina (2009), Venezuela (2010), Equador (2013) e Uruguai (2013).

Direito Humanos à Comunicação está Previsto em Decreto

No Brasil, a compreensão da comunicação como um direito humano está prevista no Decreto 7.037, de 21 de dezembro de 2009, ano em que foi instituída no país a terceira edição do Programa Nacional dos Direitos Humanos (PNDH-3), conciliando os conceitos de comunicação, informação e democracia. É a partir dessa diretiva que poder público e instituições privadas passam a falar em direito à comunicação e não mais em direito à informação apenas. Dessa forma, apesar de muitos desafios, pelo menos em tese, falar em comunicação sugere pensar esse tema sob a perspectiva dos Direitos Humanos.

Apesar do reconhecimento da comunicação como Direito Humano, no entanto, a inclusão desse tema na agenda pública encontra diferentes resistências, principalmente vindas de grupos que detentores dos meios de comunicação no Brasil. Em grande parte, essa resistência tem origem na necessidade e dever do Estado de regular a atividade midiática e, do outro lado, nas vozes que entendem

“regulação da mídia” como censura ou cerceamento da liberdade. Essas vozes contrárias ao entendimento da comunicação como direito humano lançam mão do Artigo 5^o da Constituição como argumento para associar regulação da mídia a censura e cerceamento da liberdade de expressão e opinião.

É preciso clareza para entender que o Estado deve regulamentar, especialmente, as emissoras de radiodifusão aberta, uma vez que se trata de concessões públicas. Nesse sentido, há que se trazer para o campo legislações que protegem diferentes segmentos da população. Um bom exemplo, são as classificações indicativas de programação por faixa etária que esbarram na falta de regulamentação. Conseguem-se classificar novelas, mas não se consegue impedir, por exemplo, que sejam veiculados comerciais de bebida em horário de programação infantil.

É importante ficar atento ao uso desse argumento (que confunde regulação com censura) porque ele é uma armadilha discursiva. Regulação da mídia não significa regulação de conteúdos ou do direito à livre manifestação do pensamento e da opinião, pois isso seria censura, prática inconcebível em países democráticos e de promoção da cultura dos direitos humanos. Podemos deixar o termo mais completo e nos referirmos à “regulação econômica da mídia” ou, como preferem alguns, “regulação social da mídia”. Isso significa que o país deve ter legislações que regulem a atividade econômica, de modo a evitar o monopólio e o oligopólio na comunicação, hoje concentrada nas mãos de poucos grupos.

A Regulação da Mídia

A regulação da mídia é uma realidade em países democráticos e diz respeito a regras e leis que privilegiam a pluralidade de vozes, a descentralização do processo de comunicação, a competitividade e a possibilidade de participação da sociedade nas decisões que digam respeito à comunicação pública. Isso implica instituir mecanismos que respeitem a finalidade educativa e cultural da radiodifusão, expressa no Decreto 52.795/1963 e na Constituição Brasileira de 1988, que em seu Artigo 221 define os critérios que as emissoras de rádio e televisão deverão observar na produção e na programação. Implica também garantir que veículos de comunicação, de qualquer natureza, levem em consideração a garantia da dignidade humana em suas abordagens, sejam elas jornalísticas ou publicitárias.

Artigo 221 – A 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.

Quem Controla a Mídia no Brasil?

Os 50 meios de comunicação com maior audiência no Brasil pertencem a 26 grupos econômicos. Nove são do grupo Globo, cinco do grupo Bandeirantes, cinco de Edir Macedo (considerando a Rede Record e os meios de comunicação da Igreja Universal do Reino de Deus), quatro da RBS, três do grupo Folha. O grupo Estado, o grupo Abril e o grupo Editorial Sempre Editora / SADA controlam, cada um, dois dos veículos de maior audiência. Os demais grupos possuem apenas uma das mídias pesquisadas.

Políticos Investem em Mídia

A Constituição brasileira proíbe que políticos controlem empresas de mídia. Apesar disso, 32 deputados federais e oito senadores controlam meios de comunicação, ainda que não sejam seus proprietários formais. Um exemplo é Vittorio Medioli, ex-deputado federal e agora prefeito de Betim, no estado de Minas Gerais. Sua esposa e sua filha gerenciam os negócios de mídia do Grupo Editorial Sempre Editora, que publica dois dos maiores jornais de circulação do Brasil (Super Notícias e O Tempo), além de três outros jornais, um portal de internet, um canal de webTV e uma estação de rádio FM.

MEDIA OWNERSHIP MONITOR BRASIL



A sede da grande maioria desses grupos (73%) fica na região metropolitana de São Paulo. No total, 80% estão localizados no sul e no sudeste do país, de onde dominam a audiência nacional da mídia. As emissoras de rádio e televisão são organizadas em redes nacionais, em que afiliadas locais retransmitem programação da empresa-mãe.

A propriedade das empresas de comunicação reflete esta hierarquia da transmissão do conteúdo. As afiliadas pertencem a políticos locais ou mantém fortes laços com eles, o que reforça as relações de poder entre as oligarquias locais e a sede dos grupos, em São Paulo.

Controle da Mídia nos países da América Latina

Na América Latina, os meios de comunicação estão sob controle do setor corporativo e de famílias empresariais que se vinculam às elites econômicas e políticas e usam sua capacidade de influenciar a opinião pública como capital.

É o que conclui a pesquisa "*Quem controla a mídia na América Latina?*", O estudo compara a concentração dos meios de comunicação entre Argentina, Brasil, Colômbia, México e Peru, e integra uma ferramenta de transparência global, o Media Ownership Monitor (MOM).



**MEDIA
OWNERSHIP
MONITOR
LATIN AMERICA**

O que são Serviços de Radiodifusão?

Os serviços de radiodifusão, de acordo com o Artigo 1º do Decreto 52.795, de 31 de outubro de 1963, compreendem a transmissão de sons (radiodifusão sonora) e de sons e imagens (televisão), que devem ser direta e livremente recebidas pelo público. Esses serviços utilizam como meio de transmissão o espectro eletromagnético por meio de concessão pública, a ser outorgada pela União. O Artigo 3º do mesmo Decreto trata da finalidade da radiodifusão, que deve ser “educativa e cultural, mesmo em seus aspectos informativo e recreativo, e são considerados de interesse nacional, sendo permitida a exploração comercial na medida em que não prejudique esse interesse e aquela finalidade.”

Simplificando: serviços de radiodifusão são concessões públicas, cedidas às empresas de rádio e de televisão para que veiculem seus conteúdos, que devem ser regulados para cumprir sua finalidade educativa e cultural, entre outras. A comunicação é, assim como o transporte, um direito e um serviço, devendo, portanto, ser regulada em seu funcionamento para que as diretrizes propostas no texto constitucional sejam cumpridas⁵. Na ausência de legislações que regulamentem a comunicação e as responsabilidades de veículos de comunicação no Brasil, é muito comum que pessoas e instituições que se sintam lesadas recorram à Justiça.

Apesar de leis anteriores, a Constituição Brasileira de 1988 estabelece, em seu Capítulo 5, dedicado à comunicação social, diretrizes para a regulamentação da comunicação no Brasil, apesar de tratá-la, como já mencionamos, como um serviço. Passados 33 anos⁶ da sua instituição, nenhum dos artigos previstos no capítulo 5 foi regulamentado, o que deixa aberta a porta para que suas diretrizes sejam ignoradas. Uma reportagem publicada pela revista Carta Capital, intitulada “Regulação da mídia não é censura” (CARTA CAPITAL, 2014), destaca os efeitos da não regulamentação da mídia a partir da análise dos artigos constitucionais sobre o tema.

O artigo 220 da Constituição Brasileira estabelece que os meios de comunicação social não podem ser direta ou indiretamente, objeto de monopólio. Sem regulamentação, esse artigo não produz, por si só, efeitos práticos. De acordo com a reportagem, no Brasil, um único grupo empresarial controla mais de 70% do mercado de radiodifusão aberta. O restante da fatia desse mercado é controlado por outros poucos grupos, caracterizando um oligopólio.

A não regulamentação desse artigo da Constituição leva ao não cumprimento de outra diretriz constitucional prevista no Artigo 221. Esse artigo define que devem ser estimuladas as produções regionais independentes, mas, analisando como isso ocorre na prática, temos uma situação em que mais de 90% da programação em TV aberta, que atinge o Brasil de norte a sul, é produzida nas cidades do Rio de Janeiro e de São Paulo.

A reportagem da Carta Capital aponta, também, o que diz o Artigo 223 da Constituição, que define o respeito à complementaridade entre os setores de comunicação pública, privada e estatal. Na prática, “a imensa maioria do espectro de radiodifusão é ocupada por canais privados e com fins lucrativos.” Há um evidente equilíbrio entre os setores e para constatar isso basta observar que rádios comunitárias autorizadas são proibidas de operar com potência acima de 25 watts; já as emissoras comerciais operam com potências superiores a 400 mil watts.

Além desses desafios no que diz respeito ao entendimento da comunicação como direito e a necessidade e regulação para que esse direito possa ser efetivado, temos um outro flagrante desrespeito à Constituição no que se refere ao direito de ser concessionário de um sinal de radiodifusão. O artigo 54 determina que deputados e senadores não podem ser donos de emissoras de rádio ou televisão. A não regulamentação é o que permite que o preceito constitucional seja “para inglês ver”, já que, a família de José Sarney e Fernando Collor de Mello, entre outros deputados e senadores, são controladores de vários veículos de comunicação em seus estados de origem e onde exercem suas influências políticas e econômicas.

#Lei de Imprensa: História

Em 2009, o Supremo Tribunal Federal (STF) decidiu tornar sem efeito uma das últimas legislações do governo militar que ainda estava em vigor: a lei de imprensa. A lei 5.250/67, foi assinada pelo ex-presidente Castelo Branco meses depois da outorga da Constituição de 1967, quando o endurecimento do regime militar se iniciava.

A Lei de Imprensa tinha o objetivo de controlar informações. Jornalistas e veículos de comunicação poderiam ser detidos ou multados caso publicassem algo que ofendesse a “moral e os bons costumes.” A pena poderia ser aumentada se o conteúdo difamasse ou caluniasse alguma autoridade, como o presidente da República. Então, após longo julgamento, 7 dos 11 ministros da Corte concluíram que a lei era incompatível com a atual Constituição, que é repleta de garantias à liberdade de expressão.

A partir da decisão, os juízes passaram a se basear na CF/88 e nos códigos Penal e Civil, para julgar ações contra jornalistas. O acórdão do julgamento entrou para a história do Supremo Tribunal Federal.

Direito de Resposta

Um dos principais debates durante o julgamento, que revogou a lei de imprensa, foi relativo ao direito de resposta, pois com a revogação da lei, quem se sentisse lesado com

informações publicadas pela imprensa, teria que buscar a justiça comum. Para o STF, direito de resposta deveria se pautar no inciso V do art. 5º da CF, no qual **“é assegurado o direito de resposta, proporcional ao agravo, além da indenização por dano material, moral ou à imagem.”**

Lei nº 13.188/15

Garante Direito de Resposta

Seis anos depois da revogação da Lei de Imprensa pelo Supremo, é sancionada pela ex-presidente Dilma Rousseff, a lei 13.188/15 que estabelece critérios para a busca de retificação ou direito de resposta a quem se sentir ofendido “em matéria divulgada, publicada ou transmitida por veículo de comunicação social”. A lei garante que os ofendidos por notícias possam responder ou retificar informações em espaços gratuitos e de forma proporcional.

Mígalhas



SEM UM MARCO LEGAL

Violações na TV e Rádios vão parar na Justiça

A falta de regulação das leis que tratam da comunicação no país e da regulamentação dos artigos que abordam o tema na Constituição, a justiça tem sido acionado para resolver casos de violação de direitos cometidos por emissora de rádio e de televisão. Para exemplificar, temos o caso um caso, bastante emblemático que aconteceu em 2005. Entidades da sociedade civil se sentiram lesadas pelo programa Tardes Quentes, produzido e apresentado por João Kleber na Rede TV, e procuraram o Ministério Público Federal. Na ação civil pública, assinada pelo procurador regional dos Direitos do Cidadão Sérgio Suíama e seis organizações da sociedade civil, o MPF acusou o programa de adotar “atitudes claramente depreciativas, preconceituosas e deturpadas de estereótipos de minorias, tais como homossexuais, idosos, mulheres, deficientes físicos e crianças”.

O resultado da ação foi uma decisão inédita na Justiça brasileira. A juíza Rosana Ferri Vidor, da 2ª Vara Federal de São Paulo, suspendeu a exibição do programa e determinou, como direito de resposta, a exibição por 30 dias de um programa educativo produzido pelos grupos que se sentiram ofendidos com o conteúdo veiculado pela emissora. O programa de João Kleber foi tirado do ar, e o apresentador dispensado.





Como Denunciar Violação de Direitos em Rádios e Televisão?

Qualquer cidadão que avaliar que emissoras cometeram abusos em sua programação pode protocolar uma denúncia ao Ministério Público Federal. A partir daí, cabe ao MPF pedir esclarecimentos à emissora e ao Ministério das Comunicações com relação ao conteúdo que foi veiculado, o ministério também recebe denúncias por e-mail.

As Lacunas da Lei sobre a Regulamentação da Mídia no Brasil

Você deve estar se perguntando se não existe qualquer regulamentação relacionada à comunicação e se, afinal, seria essa uma terra de ninguém. Podemos dizer que não é exatamente uma terra de ninguém, mas existem muitas lacunas e desafios. Existem leis que regulam a comunicação, algumas delas carecendo de atualização como o Decreto 52.795, de 31 de outubro de 1963, e outras que não são cumpridas na sua totalidade, como a Lei Geral das Telecomunicações (Lei 9.472), que criou a Anatel. Mais recentemente, outras leis entraram no ordenamento jurídico brasileiro como a Lei de Acesso à Informação e o Marco Legal da Internet.

Decreto 52.795	31/10/1963	Regulamenta os Serviços de Radiodifusão
Lei 9.612	19/02/1998	Institui o Serviço de Radiodifusão Comunitária
Lei Comp. 131	27/05/2009	Lei da Transparência
Lei 12.527	18/11/2011	Institui a Lei de Acesso à Informação
Lei 12.965	23/04/2014	Estabelece o Marco Legal da Internet

Internacionalmente, o Pacto Internacional de Direitos Civis e Políticos, 1966, estabelece princípios relacionados à comunicação e à liberdade de opinião e expressão, que devem ser seguidos por todos os países signatários da ONU. No Brasil, o Pacto foi ratificado por meio do Decreto 592, de 6 de julho de 1992. Apesar de ser, dessa forma, um diretriz internacional com força de lei no país, a falta de uma regulação da comunicação como um direito faz com que não haja tanta efetividade em seu cumprimento. As recomendações voltadas para a comunicação estão previstas nos Artigos 19 e 20 do Pacto, ainda que não se dirijam especificamente aos veículos de comunicação.

Artigo 19

- 1 - Ninguém poderá ser molestado por suas opiniões.
- 2 - Toda pessoa terá direito à liberdade de expressão; esse direito incluirá a liberdade de procurar, receber e difundir informações e idéias de qualquer natureza, independentemente de considerações de fronteiras, verbalmente ou por escrito, em forma impressa ou artística, ou por qualquer outro meio de sua escolha.
- 3 - O exercício do direito previsto no parágrafo 2 do presente artigo implicará deveres e responsabilidades especiais. Consequentemente, poderá estar sujeito a certas restrições, que devem, entretanto, ser expressamente previstas em lei e que se façam necessárias para: a) assegurar o respeito dos direitos e da reputação das demais pessoas; b) proteger a segurança nacional, a ordem, a saúde ou a moral pública.

Artigo 20

- 1 - Será proibida por lei qualquer propaganda em favor da guerra.
- 2 - Será proibida por lei qualquer apologia do ódio nacional, racial ou religioso que constitua incitamento à discriminação, à hostilidade ou a violência.

Como funciona a regulação da mídia em outros países democráticos⁷

Estados Unidos da América

A regulação da mídia nos estados Unidos é feita por diferentes legislações, uma vez que não existe lei de imprensa naquele país. A Comissão Federal de Comunicação⁸ (FCC) é uma agência independente do governo, criada em 1934, que se dedica a regular o mercado com foco em questões econômicas. É a responsável por outorgar concessões de rádio e televisão. A legislação norte-americana não permite a propriedade cruzada, ou seja, uma mesma empresa não pode ser proprietária de um jornal e uma emissora de TV na mesma cidade.

Também há regras para o número de emissoras que uma mesma empresa pode controlar em determinado mercado, sendo que os limites variam conforme o tamanho desse

mesmo mercado. O objetivo é impedir que um mesmo grupo comunicacional tenha controle sobre a audiência local. As emissoras de televisão norte-americanas são obrigadas por lei a exibirem pelo menos três horas diárias de programas infantis educativos.

O FCC também age em casos de abuso, que estão prescritos na legislação ou que fujam aos padrões permitidos para determinados horários e restrições etárias. Para mencionar um caso, no intervalo do Super Bowl, em 2004, o cantor Justin Timberlake puxou a blusa de Janet Jackson, deixando seu seio à mostra. A imagem foi mostrada por poucos segundos, mas a emissora CBS foi multada em US\$ 500 mil.

A mídia impressa não sofre regulação, cabendo aos veículos, ao mercado e à opinião pública essa função. Nos casos de abusos, calúnias, difamação e outros tipos de injúrias ou crimes contra a pessoa ou grupos de pessoas, os processos são conduzidos na Justiça comum, a quem cabe imputar penas e reparações.

Reino Unido

No Reino Unido há uma legislação específica para regular a atividade de veículos impressos e outra para emissoras de rádio e televisão. A regulação dos impressos e de sites noticiosos surgiu após escândalos envolvendo escutas ilegais feitas por tablóides britânicos. Uma comissão especial foi criada em 2011 para analisar desvios éticos na mídia. Em um desses casos, segundo a reportagem da BBC News Brasil, um jornal “hackeou” o telefone de uma estudante assassinada e apagou as mensagens da caixa eletrônica, dando a entender para a família e para a política de que ela poderia estar viva.

Naquele mesmo ano foi criado o Press Recognition Panel, um órgão de autorregulação com poder para aplicar multas às publicações, além de impor direito de respostas a jornais, revistas e sites.

Já as emissoras de rádio e televisão são reguladas pelo *Office of Communications* (Ofcom), que também é responsável pela telefonia, serviços postais e serviços de internet. Essa agência foi criada em 2003 e passou a ser o órgão regulador no Reino Unido com a função de promover a concorrência, a pluralidade, a informação dos cidadãos e a diversidade cultural. Também é missão do Ofcom servir aos interesses dos cidadãos/consumidores, apoiar a inovação e os investimentos na área, além de encorajar o desenvolvimento dos meios eletrônicos. O Ofcom também garante que nenhuma pessoa seja exposta a material ofensivo e que ninguém poderá ser tratado de forma injusta ou exposto ao ridículo em programas de rádio ou televisão.

Argentina

A Ley de Medios, aprovada em 2009, durante o primeiro mandato da presidenta Cristina Kirchner, prevê regras para as emissoras de rádio e televisão. O objetivo é “regulação dos serviços de comunicação” e o desenvolvimento de mecanismos destinados à “promoção, desconcentração e fomento da concorrência com o fim de baratear, democratizar e universalizar” a comunicação no país. Na época, Cristina Kirchner, ao defender a criação da lei, argumentou que a comunicação é “um direito humano”, sendo necessário defender “o fim dos monopólios” e a “pluralidade de vozes.”

A Ley de Medios fixa limites e área de atuação do setor audiovisual. Por exemplo, os prestadores de serviços de TV por assinatura não poderão ser titulares de um serviço de TV em uma mesma região. A lei também estabelece limites de alcance de audiência para TV a cabo e emissoras privadas,

enquanto a TV pública tem alcance nacional. A lei também define que os canais abertos de televisão deverão “emitir no mínimo 60% de produção nacional”, “30% de produção própria que inclua noticiários locais” e, no caso das TVs nas cidades com mais de um 1,5 milhão de habitantes, “pelo menos 30% de produção local independente.”

#DicasDoc YouTube

Ley de Medios da Argentina e a Regulação da Comunicação no Brasil e no Mundo!

Neste documentário você entende o que mudou na Argentina com a aprovação da Lei de Serviços de Comunicação Audiovisual (Lei 26.522), conhecida popularmente como Ley de Medios (Lei dos Meios), aprovada em 2009. Ela reafirma que as radiofrequências são bens públicos e faz uma verdadeira reforma agrária do ar, combatendo os monopólios e oligopólios de comunicação existentes na Argentina desde a ditadura militar. A nova lei define a comunicação como um direito humano e não mais apenas como um serviço comercial.



Regular não é censurar Julio quer saber: regular a mídia é censura?

Assista ao novo filme do Intervozes. O documentário Julio quer saber, produzido pelo Intervozes – Coletivo Brasil de Comunicação Social e dirigido por Pedro Ekman (Molotov Filmes), promove uma reflexão sobre a democratização da comunicação no Brasil a partir da experiência de aprovação da Ley de Medios argentina. O curta observa os desafios enfrentados pelos/as argentinos/as durante o processo de implantação da lei e busca promover a reflexão sobre o tema no Brasil.



O PAPEL DA MÍDIA NO PROCESSO FORMATIVO DE SUJEITOS

As diferentes mídias, entendidas como mediadoras da realidade, propõem uma nova forma de entender as influências que a comunicação e os meios de comunicação exercem nos processos formativos dos sujeitos. Esse entendimento da mídia como um campo social que não informa apenas, mas contribui ativamente na construção subjetiva dos sujeitos, permite um olhar crítico para conteúdos e modelos de comunicação. Podemos pensar em duas abordagens para esse processo formativo de sujeitos que ocorre intermediado pela mídia.

O primeiro deles diz respeito à compreensão da mídia como uma instância educativa não formal. A mídia - envolvendo veículos e conteúdo - permite acesso a visões de mundo capazes de produzir sentidos sobre a realidade, em suas diferentes dimensões. Infelizmente, nos grandes meios de comunicação, a diversidade cultural e as diferentes percepções do mundo não se encontram contempladas, o que diminui a possibilidade de formação para a cidadania e para o exercício dos direitos humanos.

No Brasil, o modo como se organiza a comunicação, em torno de grandes conglomerados orientados para o mercado e o lucro, interfere de modo muito peculiar na formação de sujeitos. Por isso, democratizar a mídia é uma estratégia para garantir que haja, de fato, uma formação integral de indivíduos, a partir do cumprimento dos preceitos constitucionais de que a comunicação atenderá às finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas.

Para muitos, pensar na função educativa é pensar em “conteúdos” que tenham por objetivo explícito educar. Essa é apenas uma possibilidade e a mídia pode ser uma grande aliada, especialmente a televisão e as mídias digitais. Mas apenas inserir programas culturais em suas grades de programação não garante às emissoras de rádio e televisão que elas estão cumprindo integralmente seu papel educativo. A questão do aspecto formador dos meios de comunicação é mais complexa e envolve, muito especialmente, a falta de regulamentação dos meios, a comunicação em rede e a mediação da realidade.

Sem regulamentação, não há leis claras que definam diretrizes para a programação, tampouco limites de abrangência, o que favorece o apagamento das diferenças culturais e privilegia grupos de sujeitos e localizações geográficas específicas. A forma como são feitas as concessões públicas de rádio e televisão, no Brasil, não permite a pluralidade de vozes, favorecendo grupos de poder e contribuindo para a manutenção das desigualdades.

Ao concentrarem os meios de produção e os canais de distribuição, as corporações de comunicação colocam em circulação no espaço público discursos hegemônicos, que produzem sentidos sobre os mais diferentes aspectos da sociedade. Um exemplo desse modo de pensar colocado em circulação de forma hegemônica de norte a sul do país é a associação que se faz entre direitos humanos e a defesa de criminosos, quando, na verdade, os direitos humanos existem para proteger e promover a dignidade humana. O cenário da comunicação no Brasil não leva em conta a diversidade cultural.

O outro aspecto educativo a ser considerado é o que se convencionou chamar de educação para a mídia ou alfabetização midiática, que inclui educar para que as

As pessoas possam compreender como ocorre o processo de comunicação e quais as implicações das disputas ideológicas e políticas em torno do tema. Também nessa alfabetização midiática, especialmente os jovens são beneficiados ao serem preparados para agir sobre suas realidades a partir de produções de conteúdos e sua distribuição.

Apesar de ser a internet um meio capaz de democratizar a produção, a distribuição e o acesso às produções midiáticas, devemos entender que a simples possibilidade de uso dos recursos e ferramentas não é suficiente para que haja um processo de comunicação transparente, abrangente e capaz de contribuir para a formação cidadã e crítica da sociedade. A mediação tecnológica não pode ser pensada de forma meramente instrumental, uma vez que a tecnologia nos remete não apenas a equipamentos e, sim, a novos modos de percepção e de linguagens. O pesquisador Jésus Martin-Barbero destaca o papel importante que têm as mediações tecnológicas nos processos formativos, uma vez que eles são fundamentais, no atual cenário midiático, para que se dê visibilidade a questões étnicas, raciais, de gênero e religiosas.

Violação dos Direitos de Jornalistas!

O aumento escandaloso da violência contra jornalistas, a ameaça de privatização da comunicação pública e a falta de acesso à internet que escancara o racismo estrutural são algumas das violações do direito à comunicação identificadas pelo Relatório Direito à Comunicação no Brasil 2020, elaborado anualmente pelo Intervezes.

Neste episódio, um breve panorama do documento.



Nesta edição do Le Monde Diplomatique Brasil você também pode ler mais. Acesse Especial Mídia e Pandemia: a democracia sob ataque e conheça todos os artigos que compõem o Relatório.



Você sabia que apenas **11** famílias são detentoras dos grandes meios de comunicação do Brasil. O documentário Levante Sua Voz, uma produção do Intervozes, mostra pra gente o poder da Mídia na nossa formação.



PODCAST
levantate
sua
VOZ

EPISÓDIO #8

E se você quer conhecer mais sobre o direito à comunicação, vale seguir o canal do Intervozes no Youtube.



EM TEMPOS DE
PANDEMIA



DESAFIOS DA COMUNICAÇÃO, NOVAS TECNOLOGIAS E FAKE NEWS

Na sociedade da informação (globalizada ou do conhecimento), vivemos uma era em que o acesso à internet e as tecnologias móveis permitem um fluxo de informações como nunca antes visto na história. O tradicional modelo comunicativo de emissor e receptor de mensagens muda com a digitalização e a cultura digital, fazendo com que todas as pessoas, munidas de um aparelho celular e conexão à internet possam produzir e distribuir informação, por meio das mídias sociais, especialmente das redes sociais digitais.

As tecnologias, na atualidade, podem ser consideradas como próteses dos nossos sentidos, não sendo mais possível imaginar a vida sem os recursos que nos permitem estar integrados à rede mundial de computadores. Ao interagirmos com outros humanos nas redes sociais digitais, estamos interagindo, também, com máquinas e não apenas porque usamos uma tecnologia: um tablet, um computador ou um aparelho de telefone celular. Muitas das interações que ocorrem na internet – e também fora dela – são interações com robôs⁹, programas conhecidos como bots, capazes de oferecer respostas rápidas a questões práticas.

É isso que ocorre, por exemplo, quando digitamos um termo de busca no Google e obtemos uma resposta. Mas há outras situações em que, simplesmente, não sabemos ou não percebemos como ocorrem as interações na internet, principalmente nas redes sociais digitais, como o Facebook, o Twitter e o Instagram. Essas interações dos seres humanos com máquinas produzem efeitos nos modos de pensar e conceber o mundo; produzem modos de perceber a realidade e induzem a modos de agir sobre ela.

A grande quantidade de perfis operados por robôs e as notícias falsas (fakenews), criados para fomentar debates em torno de temas ou pessoas é um exemplo dessa relação nebulosa entre humanos e máquinas que ocorre no ambiente digital e que se potencializou nos últimos anos. O estudo “Robôs, redes sociais e política no Brasil (RUEDIGER, 2017) mostrou que contas “robotizadas” são responsáveis por motivar, no Twitter, até 20% dos debates e apoio a políticos, nos períodos pré-eleitorais.

O uso de fakenews é uma prática que vem ocorrendo de forma intensa desde 2014, tendo exercido forte influência no processo de impeachment da presidenta Dilma Rousseff, no processo que levou à prisão do ex-presidente Lula e manutenção de seu encarceramento por mais de dois anos, e nas eleições presidenciais de 2018. Notícias falsas e boatos não são novidade no mundo do jornalismo e da produção de informações. Se você observar, é comum se deparar com uma informação e questionar até que ponto ela é verdadeira. O que muda, atualmente, é o alcance que essa informação pode ter, uma vez postada nas mídias digitais, e a velocidade como ela se propaga.

Contas robotizadas permitem a massificação de postagens e podem ser consideradas potenciais ferramentas para a manipulação de debates nas redes sociais e em outras mídias. Uma reportagem publicada pelo Nexo Jornal, em agosto de 2017, se inicia com a pergunta: “você já brigou sobre política com um robô hoje? A reportagem sugere que muitas das discussões ocorridas nas redes digitais são, na verdade, discussões entre humanos e robôs. Mas só quem sabe disso são os robôs e quem os programou.

Um desafio para lidar com as *fake news* e com a imensidão de contas operadas por robôs é separar o que estamos pensando sobre o que está circulando - notícias falsas, temas polêmicos, opiniões infundadas, discursos de ódio - daquilo que está sendo produzido em nós por esse modelo de comunicação que está se tornando natural. Além das redes sociais digitais como o Facebook e o Instagram, o WhatsApp é o aplicativo mais usado para disseminar Fake News, pois o alcance é imediato podendo alcançar milhões de pessoas em poucas horas ou poucos minutos.

Compartilhar informações, falsas ou verdadeiras, não é novidade. O modo como se compartilha é que muda e, atualmente, esse modo está diretamente relacionado à arquitetura das plataformas de redes sociais digitais. Mas o que leva pessoas a propagarem informações falsas na internet? Apesar de muitos pesquisadores estarem se debruçando sobre esse tema, não há uma resposta.

Acredita-se, no entanto, que as pessoas tendem a acreditar em informações que se alinham às suas crenças. Esse fenômeno tem sido chamado no meio acadêmico de pós-verdade, uma expressão controversa, uma vez que pode sugerir que uma mentira pode ser considerada verdadeira se uma pessoa ou grupo de pessoas acreditarem nela.

A produção de *fake news* não ocorre de forma aleatória, mas é parte de um negócio promissor e rentável. Afinal, a produção com formato jornalístico gera muito engajamento nas redes sociais digital, o que torna o material promissor para servir de publicidade para produtos e serviços. Apesar de haver modos de identificar notícias falsas, por meio da checagem dos dados, o formato no qual elas circulam é capaz de confundir a audiência. Além disso, os produtores de fake News não lançam mão apenas de informações falsas e inverídicas; eles usam material “verdadeiro” disponível na internet e produzem montagens que distorcem declarações e dados.

Diante da escalada de notícias falsas, as agências de checagem de fatos ganham importância, apesar de não conseguirem acompanhar com suas checagens a quantidade de denúncias que chegam todos os dias. Em 2010, a Folha de S.Paulo lançou o “Mentirômetro” e o “Processômetro,” com o objetivo de checar a veracidade das informações de candidatos às eleições. Vejam algumas das principais agências de checagem de fatos ou *fact-checking*.

Agência Lupa - Fundada em 2015, a agência é membro do International Fact-Checking, uma organização jornalística sem fins lucrativos sediada nos Estados Unidos. A Lupa foi a primeira agência jornalística no Brasil a trabalhar exclusivamente com checagem de fatos.

Truco - Esse é um projeto criado pela Agência Pública, de jornalismo investigativo, entre os anos de 2014 e 2018. O objetivo é verificar declarações, correntes que circulam em grupos de whatsapp e informações que circulam na internet e nas redes sociais.

Aos Fatos - Também fundada em 2015, essa agência conta com financiamento coletivo para se manter atuante. As informações checadas são aquelas que têm origem em declarações de agentes públicos, preferencialmente que tenham tido grande circulação nas redes.

Fato ou Fake - Esse é um serviço oferecido pelo grupo Globo e verifica a veracidade de notícias ou outro tipo de informação que estão sendo muito compartilhadas nas redes sociais. O serviço possui um bot que verifica informações que circulam também no whatsapp.

Comprova - Essa é uma iniciativa de jornalismo colaborativo para combater a desinformação e reúne 28 profissionais que atuam em diferentes veículos de comunicação. A iniciativa é financiada pelo Google News Initiative e pelo Facebook Journalism Project.

FAKE NEWS

o que é?

“O conceito de “notícias falsas” é bastante disputado e não há, na literatura acadêmica ou no discurso jornalístico uma definição que seja amplamente aceita. Embora encontremos usos anteriores, foi na cobertura da eleição presidencial americana de 2016 que o termo se difundiu no seu sentido corrente. Ele foi adotado para designar os sites de notícias que difundiram nas mídias sociais informações falsas sobre Hillary Clinton e a cujo impacto se atribuiu a vitória de Donald Trump. A literatura hoje se divide entre os que defendem o uso deste conceito, forjado no debate político e na cobertura jornalística, e os que acham que ele é tão impreciso e leva a tantos mal-entendidos que seria melhor encontrar algum termo mais adequado.”

(Ribeiro; Ortellado, 2018, pag.2,
O que são e como lidar com notícias falsas)

**DIGA NÃO ÀS
FAKE NEWS**

Como funciona?

Os motivos para que sejam criadas notícias falsas são diversos. Em alguns casos, os autores criam manchetes absurdas com o claro intuito de atrair acessos aos sites e, assim, faturar com a publicidade digital. No entanto, além da finalidade puramente comercial, as fake news podem ser usadas apenas para criar boatos e reforçar um pensamento, por meio de mentiras e da disseminação de ódio. Dessa maneira, prejudicam-se pessoas comuns, celebridades, políticos e empresas. É isso o que acontece, por exemplo, durante períodos eleitorais, nos quais empresas especializadas criam boatos, que são disseminados em grande escala na rede, alcançando milhões de usuários.

Existem grupos específicos que trabalham espalhando boatos. No entanto, não é fácil encontrar as empresas que atuam nesse segmento, pois elas operam na chamada deep web, isto é, uma parte da rede que não é indexada pelos mecanismos de buscas, ficando oculta ao grande público.

No Brasil assim como nos Estados Unidos, foi nas eleições presidenciais que as notícias falsas inundaram a web. Vídeos editados, imagens com o dia errado de votação, fotos com candidatos com estampas de camisa alterada, áudios simulando vozes de candidatos para sugerir determinadas reações a pesquisas. No vale-tudo das eleições, conteúdos enganosos se proliferam nas redes sociais.

**Alguns exemplos
de notícia falsa**

ACESSE



EBC Empresa Brasil
de Comunicação



Como combater?

Para as autoridades, identificar e punir os autores de boatos na rede é uma tarefa muito difícil. No caso do Brasil, a legislação que prevê punição para esse tipo de crime não fala sobre internet, cita apenas rádio e televisão.

Alguns sites de fake news usam endereços e layouts parecidos com os de grandes portais de notícias, induzindo o internauta a pensar que são páginas de credibilidade. Por isso, todo cuidado é pouco na internet.

A maneira mais efetiva de diminuir os impactos das fake news é cada cidadão fazer sua parte, compartilhando apenas aquilo que tem certeza de que é verdade. O ideal é duvidar sempre e procurar informações em outros veículos, especialmente nos conhecidos como grande mídia.

Quer se aprofundar mais sobre o tema, leia “Desinformação: crise política e saída democrática para as Fake News!” Esse livro busca definir o conceito de desinformação e sua relação com a crise política; entender as estratégias utilizadas em diferentes países para enfrentar problema das fake news e apresentar propostas concretas para lidar com a questão.



Liberado pra

DOWNLOAD!



Dicas

1 FreeNet

Um filme documentário colaborativo sobre o futuro da liberdade na Internet.



2 Sonho Brasileiro

O que o jovem pensa sobre sua atuação política?



3 Mapa da Mídia

A agência pública elaborou um mapa com as principais iniciativas de jornalismo independente no Brasil.



4 Cine Ciência

Debate o documentário: O Dilema das Redes, do diretor Jeff Orlowski, EUA, 2020.



MARCO CIVIL DA INTERNET

que bicho
é esse?

O Marco Civil da Internet, oficialmente chamado de Lei nº 12.965/2014, é a lei que regula o uso da Internet no Brasil por meio da previsão de princípios, garantias, direitos e deveres para quem usa a rede, e as diretrizes para a atuação do Estado.



Leia + sobre a importância e como o Brasil sai na frente com a criação dessa lei: Defender o Marco Civil e Recolonizar a Internet.



LEI NA ÍNTEGRA

LGPD: Lei Geral de Proteção de Dados

A LGPD dispõe sobre as regras que devem ser impostas às empresas ou órgãos públicos que armazenam dados pessoais. No conceito de empresa se enquadram tanto a pessoa jurídica, como a física, independente do armazenamento dos dados em arquivos físicos ou digitais.

LEI NA ÍNTEGRA



**Um breve histórico para
compreender a Lei Geral
de Proteção de Dados**

POLITIZE!

¹ Monopólio pode ser definido como o domínio de um único fornecedor sobre a oferta de um produto ou serviço, sem que haja concorrência. Esse tipo é raro e costuma acontecer mais frequentemente quando o detentor do serviço é o próprio Estado (monopólio estatal), como ocorre, por exemplo no fornecimento de água potável e esgotamento sanitário. No caso da iniciativa privada, o monopólio ocorre devido a condições imperfeitas que impedem que outras empresas estejam aptas a disputar o fornecimento do serviço. Nesse tipo de situação, as grandes empresas acabam por adquirir pequenas empresas com potencial para se tornarem concorrentes. Já oligopólio é uma situação em que um pequeno grupo de empresas domina o mercado. Isso ocorre com a telefonia celular, por exemplo, em que apenas quatro empresas dominam mais de 90% do mercado. Também verificamos essa situação no campo da comunicação, em que poucas empresas dividem o mercado (POLITIZE!).

² Citação retirada do artigo “O direito à comunicação e os desafios da regulação dos meios no Brasil”, de autoria do pesquisador Camilo Vannuchi, publicado na Revista Galáxia, em 2018.

³ Transmídia é uma palavra que vem do inglês e significa “além da mídia.” Na prática significa que diferentes conteúdos serão transmitidos por diferentes mídias, de forma a se complementarem. A ideia é que a totalidade da mensagem (dividida em conteúdos adaptados a cada mídia) seja acessada nos diferentes meios e plataformas. A ideia é que, juntos os meios se fortaleçam. Já crossmídia é um termo que se refere à prática de levar o mesmo conteúdo a diferentes mídias. A mensagem nesse caso não sofre alteração, mudando apenas a linguagem que irá se adaptar ao meio (suporte midiático).

⁴ Artigo 5º – É livre a expressão da atividade intelectual, artística, científica e de comunicação, independentemente de censura ou licença.

⁵ Jornais, revistas e sites, ainda que se configurem como meios de comunicação, não são concessões públicas do estado, não estando, portanto, sujeitas à regulação dirigida às emissoras de rádio e televisão. Mas do ponto de vista dos direitos individuais e coletivos, todos os meios de comunicação estão sujeitos a responderem por práticas que atentem contra os direitos humanos ou que promovam o preconceito, a discriminação, o ódio etc.

⁶ O material dessa cartilha foi produzido entre junho e setembro de 2020.

⁷ As informações sobre a regulação nos Estados Unidos, Reino Unido e Argentina foram retiradas de uma reportagem feita pela BBC News Brasil, em 2014, após a então presidenta Dilma Rousseff anunciar que faria uma consulta pública sobre regulação da mídia no segundo semestre daquele ano. O anúncio da presidenta causou bastante polêmica, uma vez que ao ouvir o termo “regulação da mídia,” tanto os donos das empresas quanto políticos e outras instituições do mercado o associam a censura. Já as informações sobre a França e a Alemanha foram retiradas do Relatório “O ambiente regulatório para a radiodifusão

⁸ Federal Communications Commission.

⁹ Muitas vezes, você interage na internet com robôs e nem se dá conta disso. Quando faz uma pesquisa no Google, quando realiza uma compra em um site, quando preenche uma ficha, de inscrição e, dependendo das suas respostas, obtém tipos de perguntas mais adequadas ao seu perfil. Os robôs são aplicações que rodam na internet e que são programados para desempenhar determinadas tarefas. Eles são muito úteis e, ao mesmo tempo, representam alguns riscos, quando usados de forma criminosa ou de modo a induzir leitores/usuários a erros. O uso de robôs na comunicação tem sido bastante questionado, especialmente durante períodos eleitorais quando candidatos automatizam suas campanhas digitais de modo a bombardear o público com informações distorcidas e falsas.

REFERÊNCIAS

ONU, 1948. **Declaração Universal dos Direitos Humanos.**

BBC NEWS BRASIL. **Como funciona a regulação de mídia em outros países?** Por Luiza Bandeira, Alessandra Corrêa, Marcia Carmo e Claudia Jardim. Londres; Winston Salém (EUA); Buenos Aires; Caracas. 01/12/2014. Disponível em: https://www.bbc.com/portuguese/noticias/2014/12/141128_midia_paises_lab, acesso em 01/09/2021, às 19h12.

BRASIL (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil.** Presidência da República. Casa Civil. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm, acesso em 27/08/2021, às 15h37.

BRASIL. (2009) **Decreto 7.037**, de 21 de dezembro de 2009. Aprova o Programa Nacional de Direitos Humanos. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2009/decreto/d7037.htm#:~:text=Decreto%20n%C2%BA%207037&text=DECRETO%20N%C2%BA%207.037%2C%20DE%2021,que%20lhe%20confere%20o%20art., acesso em 31/08/2021, às 15h20.

BRASIL. (2011). **Lei 12.527, de 18 de novembro de 2011.** Lei de Acesso à Informação. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/lei/l12527.htm, acesso em 01/09/2021, às 19h40.

BRASIL. (2009). **Lei Complementar 131, de 27 de maio de 2009.** Lei da Transparência. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/lcp131.htm, acesso em 01/09/2021, às 19h43.

BRASIL. (1963). **Decreto 52.795, de 31 de outubro de 1963.** Aprova o Regulamento dos Serviços de Radiodifusão. Presidência da República. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/antigos/d52795.htm, acesso em 31/08/2021, às 15h58.

BRASIL. (1992). **Promulga o Pacto Internacional sobre Direitos Cíveis e Políticos**. Presidência da República. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/1990-1994/d0592.htm, acesso em 01/09/2021, às 10h18.

CARTA CAPITAL. (site). **Regulação da mídia não é censura**. Por Pedro Ekman e Bia Barbosa. 03/06/2014. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/blogs/intervozes/regulacao-da-midia-nao-e-censura-2340/>, acesso em 01/09/2021, às 15h55.

CHAUÍ, Marilena. **Comunicação e Democracia**. In: Comunicação e Direitos Humanos. Associação Henfil Educação e Comunicação (org.). Intervozes: Minas Gerais, 2018. Disponível em: <https://intervozes.org.br/arquivos/interman005comdhs18.pdf>, acesso em 31/08/2021, às 15h28.

VANNUCHI, Camilo. **O direito à comunicação e o desafio da regulação dos meios no Brasil**. Revista Galáxia (online). N. 38, maio/agosto 2018. São Paulo: USP. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/gal/a/dVrYxKtG97XKqZdjSQpSKNG/?format=pdf&lang=pt>, acesso em 31/08/2021, às 15h16.

POLITIZE! **Monopólio: o que é e como afeta a economia?** 15/12/2020. Disponível em: https://www.politize.com.br/monopolio-o-que-e/?https://www.politize.com.br/&gclid=CjwKCAjwybyJBhBwEiwAvz4G7x-cJn5QuS0aaj_vkzruZClxcUrheL_QvZoXTsaR6LKactVj8kyiBBoC5yUQAvD_BwE, acesso em 01/09/2021, às 14h28.

NEXO JORNAL. **Como funcionamos robôs que “discutem” política nas redes sociais**. Camilo Rocha, em 29/08/2017. Disponível em: <https://www.nexojournal.com.br/expresso/2017/08/29/Como-funcionam-os-rob%C3%B4s-que-discutem-pol%C3%ADtica-nas-redes-sociais>, acesso em 02/09/2021, às 06h36.

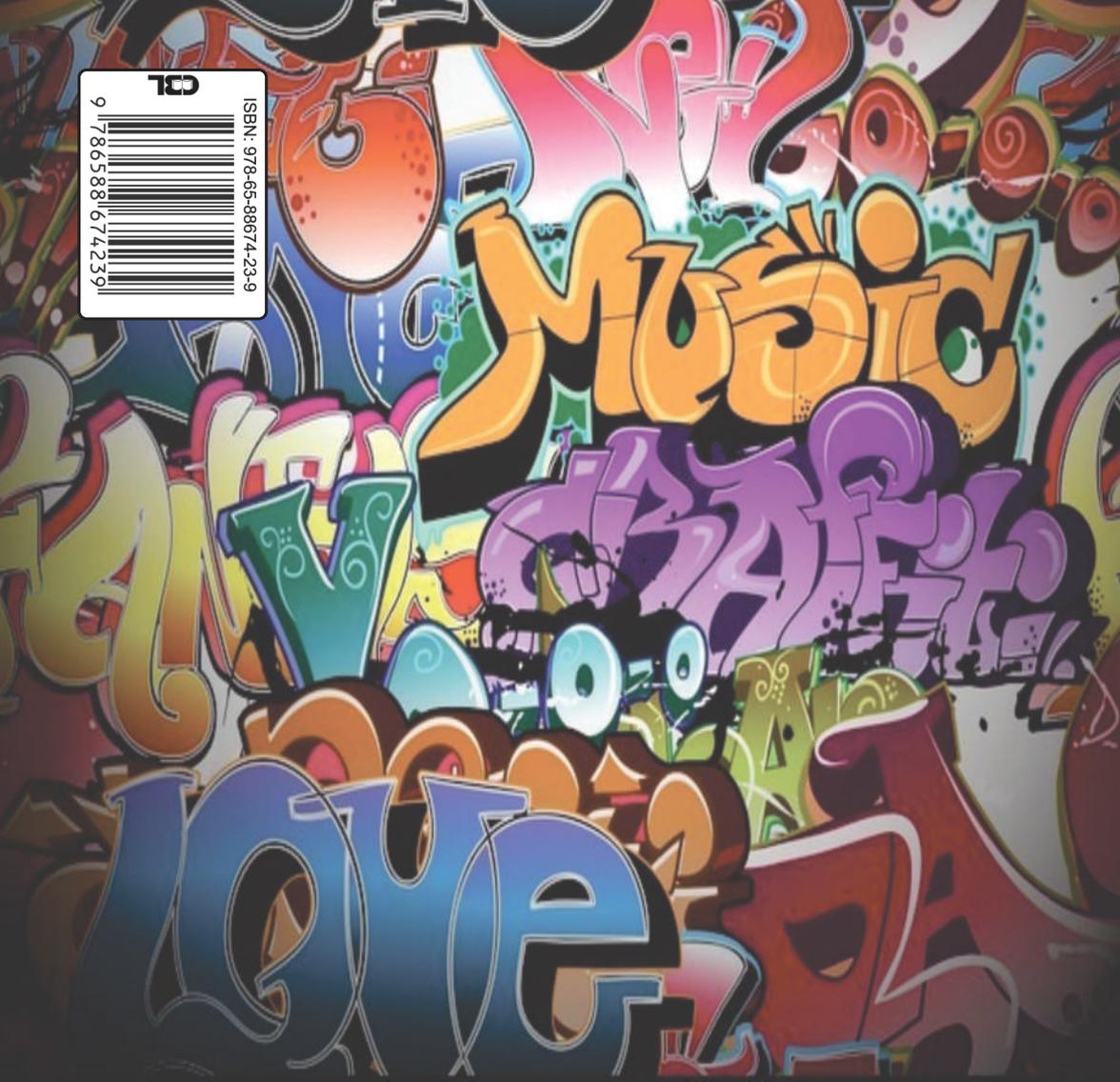
RUEDIGER, Marco Aurelio (coord.) **Robôs, redes sociais e política no Brasil**. Rio de Janeiro: FGV/DAPP, 2017. Disponível em: <http://dapp.fgv.br/robos-redes-sociais-e-politica-estudo-da-fgvdapp-aponta-interferencias-ilegitimas-no-debate-publico-na-web/>, acesso em 02/09/2021, às 06h38.

TD



9 786588 674239

ISBN: 978-65-8867-4-23-9



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO
Secretaria de Direitos Humanos

