

# A DEMOCRATIZAÇÃO DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO E A DESCENTRALIZAÇÃO DA INFORMAÇÃO NO BRASIL A PARTIR DAS NOVAS MÍDIAS

Bruno Mello Correa de Barros<sup>1</sup>

## RESUMO

Este ensaio tem como escopo trabalhar acerca da problematização envolvendo a democratização dos meios de comunicação no Brasil. Neste contexto destacam-se os pressupostos essenciais dessa matéria, assim como a necessidade de um marco regulatório para as comunicações, de modo a contemplar a reivindicação da sociedade civil organizada, instituições e movimentos sociais em prol de um espaço público de comunicação plural, e democrática, onde seja possível a visualização da cultura de forma heterogênea e descentralizada, fora do eixo dos centros de poder político e econômico. Nesse ângulo, desloca-se um olhar para a descentralização da informação potencializada pelas novas mídias. Diante de tal problemática, utilizou-se o método de abordagem dedutivo, e os métodos de procedimento histórico.

**Palavras-Chaves:** Comunicação; Democratização; Mídias; Regulação.

## INTRODUÇÃO

"Todo o indivíduo tem direito à liberdade de opinião e de expressão, o que implica o direito de não ser inquietado pelas suas opiniões e o de procurar, receber e difundir, sem consideração de fronteiras, informações e ideias por qualquer meio de expressão" (ONU, 1948, p. 10). A partir do texto extraído da Declaração Universal dos Direitos Humanos, datada de 1948, é possível visualizar o caráter imperioso da informação, de modo que tal configuração implica na observação dos fenômenos e atores sociais que permeiam tal direito de ampla e massificada importância no contexto hodierno.

A pauta da democratização da mídia é emergente e tem como pressuposto essencial a pluralidade de vozes nos veículos eletrônicos de comunicação, a possibilidade da visualização da cultura de forma heterogênea, regionalização de hábitos e costumes na mídia e uma ampla participação dos cidadãos no contexto informativo e comunicacional. Assim, a informação e a comunicação sempre foram os

---

<sup>1</sup> Mestre em Direito pelo Programa de Pós-Graduação em Direito – PPGD da Universidade Federal de Santa Maria - UFSM. Docente do Curso de Direito da Faculdade Metodista de Santa Maria – FAMES. Pesquisador do Centro de Estudos e Pesquisas em Direito e Internet – CEPEDI da UFSM. E-mail: brunomellocorreas@gmail.com

vetores dos poderes dominantes, também compõem os poderes alternativos, ou seja, àqueles ligados as resistências e mudanças sociais.

Nesse sentido, o poder de influência sobre o pensamento das pessoas é exercido através da comunicação de forma que constitui-se em uma ferramenta de resultado incerto, contudo fundamental. Imperioso registrar que por meio da ingerência exercida sobre o pensamento dos povos que os poderes se constituem em sociedades, e que as sociedades evoluem e mudam. Os meios de comunicação potencializam a construção de pesos simbólicos que se difundem na esfera pública, dando suporte a diversas pautas da sociedade.

A esse passo, para que se cumpra à agenda de democratização da mídia em sua plenitude é necessário referir acerca dos pressupostos essenciais de tal pauta, bem como conhecer o histórico de concentração desses meios, os atores principais e os interesses políticos e econômicos que permeiam tal seara. Sobre tais contextos que se passa a destacar no presente ensaio. De modo que também se vislumbrará sobre o papel das novas mídias na democratização da comunicação e na descentralização da informação.

Para tal estudo, em sede de aporte metodológico utilizou-se o método de abordagem dedutivo, uma vez que se passou a expor sobre o contexto geral das comunicações no Brasil, referindo os pontos conceituais da matéria até se chegar ao papel das novas mídias para a democratização do espectro midiático. Quanto ao método de procedimento, optou-se pela utilização do método histórico e comparativo, haja vista a explanação sobre o histórico da concentração midiática no país.

## **1 A CONCENTRAÇÃO MIDIÁTICA NO BRASIL E A SUA CONSOLIDAÇÃO: ÂNGULO HISTÓRICO E NOVAS PRÁTICAS**

Em que pese a globalização do mundo através da inserção de novas Tecnologias da Informação e Comunicação - TIC, muitos ainda são os desafios que se apresentam quando fala-se das mídias tradicionais, as quais ainda são as mais acessíveis a boa parte da população e responsáveis pela geração de informação e entretenimento.

Ocorre que desde a implementação do Programa Nacional de Desestatização, em 1991, as privatizações alcançaram níveis altíssimos, e dessa forma também ocorreu no campo da privatização da mídia, deixada a cargo da iniciativa privada.

Assim aconteceu com a quebra do monopólio estatal das telecomunicações, pela emenda constitucional nº 8 de 1995, favorecendo a entrada de capital estrangeiro no país e não impedindo a propriedade cruzada (LIMA, 2004, p.120).

As políticas de governo, durante a presidência de Fernando Henrique Cardoso, basearam-se em uma teoria da justificação, já que o discurso era de que o aumento da competitividade seria garantidor de um melhor serviço prestado a população, além de importar a inserção do país no processo de globalização. Ocorre que do monopólio estatal passou-se para um oligopólio privado, e a “experiência em outros países indica que, enquanto os usuários pessoas físicas pouco ou nada ganham com a privatização, os usuários empresariais são geralmente beneficiados” (LIMA, 2004, p.135).

No atual cenário do Brasil, o sistema de mídias é caracterizado por ser Trusteeship Model, o que diz respeito à opção do Estado brasileiro em privilegiar a atividade midiática como privada e comercial; é também *No Law*, no que se refere à ausência de legislações reguladoras do tema, contando apenas com defasado Código Brasileiro de Telecomunicações do ano de 1962, e sem preocupações com a denominada propriedade cruzada<sup>2</sup>. Nesse contexto consolidam-se oligarquias políticas e familiares, que controlam não somente a mídia, mas também a política de determinadas regiões, além disso, o cenário da comunicação é pautado pela inserção de Igrejas no controle das programações como forma de disseminação de suas ideologias, e por fim é caracterizada pela hegemonia de um único grupo privado, a rede Globo (LIMA, 2011, p. 27-30).

Dentre a conjunção de fatores que geraram e consolidaram a concentração midiática, está a desregulamentação do tema, a concessão irrestrita de licenças e a vinculação delas as estratégias políticas devido ao grande poder das mídias, bem como as espécies de concentração midiática, como a horizontal e vertical, assim entendidas (UNESCO, 2010, p.23):

A integração horizontal (fusões dentro do mesmo segmento e ramo de atividade) como a integração vertical (controle por parte de um único indivíduo, empresa ou grupo de elementos-chave dos processos de produção e distribuição, assim como atividades correlatas, como publicidade).

---

<sup>2</sup> 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 (OBSERVATORIO DA COMUNICAÇÃO, 2011).

Evidente que todo o processo histórico e ainda atual de concentração midiática tem grande força no sistema de concessões, centrado em uma espécie de “troca de favores” entre grandes empresas e interesses do Estado. Sobre esse processo, Lima (2011, p.82-88), refere seis itens dessa realidade: Primeiro: existem normas legais diferentes para a concessão dos serviços de televisão aberta ou por assinatura; Segundo: as emissoras de TV e rádio são concessões de serviços públicos outorgados pela União – com a participação do Congresso Nacional - com prazos de 15 e 10 anos respectivamente; Terceiro: as regras para renovação e cancelamento das licenças dentro do texto constitucional criam assimetria em relação aos demais contratos de prestação de serviços públicos; Quarto: os critérios que devem pautar as programações das emissoras não são levados em conta na concessão; Quinto: as normas de complementariedade e vedação ao monopólio ou oligopólio não são observadas no processo de concessão; Sexto: coronelismo eletrônico.

Merece destaque o último item da lista, o coronelismo eletrônico, onde, “a moeda de troca continua sendo o voto, como no velho coronelismo. Só que não mais com base na posse da terra, mas no controle da informação, vale dizer, na capacidade de influir na formação da opinião pública” (LIMA, 2011, p. 106). Por assim dizer, em determinadas regiões e localidades do Brasil, a grande mídia possui tanta influência que as suas agendas pautam o resultado das eleições, propiciando uma troca de favores com políticos que atuam na outorga das suas licenças.

Essas concentrações, a partir da maneira como as licenças para a atividade de telecomunicações são destinadas, propiciam a detenção do poder midiático a partir de determinados atores, como famílias, grupos religiosos e empresariais, fomentando uma pouca pluralidade em tal segmento. “Cabe salientar ainda que, no Brasil e na América Latina, a concentração monopólica se estabelece, há décadas, sob a égide de dinastias familiares proprietárias dos principais grupos midiáticos” (MORAES, 2013, p.184), gerando os mais diversos impactos, dos quais se podem citar, a partir da visão de Moraes (2013):

Políticas de preços predatórias destinadas a eliminar ou a restringir severamente a concorrência; os controles oligopólicos sobre produção, distribuição e difusão dos conteúdos; e a acumulação de patentes e direitos de propriedade intelectual por cartéis empresariais.

Notoriamente, essas práticas demonstram como a atividade midiática ainda carece de regulamentação por parte do Estado, justamente para que se possa

propiciar a maior parte dos usuários pluralidade informativa, tirando das grandes empresas um controle social através da dominação de suas ideias. Nesse sentido “existem diversas reflexões acerca da relação entre mídia e democracia [...] levando em conta o papel fundamental que os meios de comunicação têm para a consolidação dos regimes políticos mais contemporâneos” (DELARBE, 2010, p. 19).

Ainda, sobre a realidade que enfrenta o Brasil e muitos países da América Latina, Delarbe (2010, p.22) refere que:

A concentração dos meios de comunicação é uma tendência corporativa e , portanto, também cultural , política e social em todo o mundo. Mas em alguns países latino-americanos a realidade no cenário da mídia é mais grave porque nem sempre existem restrições legais sobre a propriedade de muitos veículos que significa um pequeno número de mãos<sup>3</sup>.

Essa realidade precisa ser transformada, pois interfere diretamente em questões democráticas, essenciais para a consolidação do Estado de direito e preservação das garantias dos cidadãos. O direito a uma livre informação e pluralidade de fontes deve se sobressair aos interesses econômicos dos grupos de telecomunicações, ao passo que se deve investir na regulação do setor midiático, bem como na regularidade das concessões. Nesse ponto, sobre a agenda política, os interesses e entraves no cenário da comunicação e a iminente necessidade de sua democratização que se passa a verificar no eixo a seguir.

## **2. A DEMOCRATIZAÇÃO DA COMUNICAÇÃO E A AGENDA POLÍTICA BRASILEIRA: INTERESSES E ENTRAVES**

Os meios de comunicação sempre foram permeados por formas de controle, de modo que a ingerência comercial, política, ideológica e econômica propiciou a consolidação de potenciais grupos e empresas desta seara. Nesse sentido, se pode vislumbrar o duplo caráter que a mídia pode desempenhar no contexto social, atuando como ferramenta auxiliadora no processo democrático, bem como pode subverter o espaço de diálogo, uma vez que centraliza trivialidades e potencializa discursos descompromissados e sem aderência. Sob os auspícios de Neto (2004, p. 78), este

---

<sup>3</sup> Tradução livre realizada pelo autor. Original: “La concentración de los medios constituye una tendencia corporativa y, de esa manera, también cultural, política y social en todo el mundo. Pero en algunos países de América Latina esa realidad en el panorama mediático es más grave debido a que no siempre existen restricciones legales a la propiedad de muchos medios en una pequeña cantidad de manos.”

afirma que "a função social da comunicação de massa evidencia-se em razão da capacidade desta em alterar comportamentos, do impacto que causa na coletividade".

Acerca da comunicação social, Neto (2004, p. 34) ainda refere:

A importância jurídica da comunicação evidencia-se a partir do momento em que a normatização deixa de ter o indivíduo como único centro de preocupação e desloca-se para o social, para o reflexo da conduta individual sobre o tecido social.

Por sua vez, a falta de regulação do setor de mídia e a falta de regulamentação dos dispositivos constitucionais que tangem à Comunicação Social na Carta Magna de 1988 acentuam a possibilidade de consolidação hegemônica de grupos e empresas privadas e comerciais no controle dos serviços de informação e comunicação. Nesse viés se estabelece uma prerrogativa de supervalorização do capital e poderio destas empresas nas bancadas do legislativo, assim como a pressão exercida sobre o poder Executivo a fim de obter que estas agendas correspondentes à pluralidade dos veículos de mídia e a pauta da democratização das comunicações não sejam discutidas, elaboradas, votadas ou exercidas.

No Brasil, desde os movimentos criados durante a Ditadura Militar que propiciaram o desenvolvimento de grandes empresas e redes de comunicação como, por exemplo, a Rede Globo, poucas ou quase nenhuma iniciativa que viesse a viabilizar a comunicação descentralizada e plural efetivou-se. Mesmo em governos de base popular, como o do Partido dos Trabalhadores (PT), as relações do poder político com o poder oriundo das mídias não são claras, ou são claras em demasia, referindo-se especialmente ao espectro utilizado no passado, quando, mesmo em um governo de esquerda, pouco ou nada tem sido feito em termos de política de desenvolvimento social para esse setor.

Por sua vez, o que se verifica efetivamente é que cada novo governo parece tornar-se prisioneiro da mídia na legitimação de políticas e na construção de imagens positivas junto da população (SANTOS; CAPPARELLI, 2005, p. 15). No Brasil, prevalece o monopólio do sistema de comunicação comercial cujo principal produto é a audiência, assim, conteúdos massivos, massificados, ou seja, padronizados para atrair a atenção de muitos, sem dar importância a questões cruciais das esferas política, econômica, social e cultural, ganham força (SANTOS, 2010, p. 2).

Como entraves à política de democratização dos veículos de comunicação é possível prescrever ainda acerca da legislação, os dispositivos da Carta da República de 1988 que não foram regulamentados, bem como a égide de que no país ainda vigora o Código Nacional de Telecomunicações – Lei 4.117, datado de 1962 e que possui os resquícios da sociedade daquela época, onde 70% da população brasileira vivia no campo, além das mudanças sociais, políticas, culturais e tecnológicas (SANTOS, 2010, p. 7) que observou-se nesses 53 anos, de modo que tal legislação não contempla o novo panorama vivenciado hodiernamente.

Da mesma forma, que a legislação não regulamentada, apresenta-se como entrave à pauta da mídia descentralizada o fantasma da censura apontado pelas corporações e empresas do setor, de forma que levantam a bandeira do controle de conteúdo sobre o que será veiculado pelas emissoras de rádio e televisão quando do debate acerca da desconcentração do setor comunicacional.

Assim sendo, muitos são os entraves que impossibilitam que a política da desconcentração no setor da comunicação social ocorra de forma efetiva, de modo que a democratização fica em segundo plano. Contudo, novos instrumentos caminham para auxiliar que a informação seja difundida de forma diferenciada, qual seja através de novos atores, diferente dos grupos hegemônicos postos, e a Internet e as novas mídias têm papel de destaque e importância nessa desconcentração da comunicação e descentralização da informação. É sobre tal tema que se passa a destacar.

### **3. AS NOVAS MÍDIAS E A DESCENTRALIZAÇÃO DA INFORMAÇÃO E DESCONCENTRAÇÃO DA COMUNICAÇÃO**

Analisando o caso da adoção das novas Tecnologias da Informação e Comunicação – TIC nas práticas administrativas da Irlanda, Komito aduz que a abertura de espaço a novos atores e a automatização dos processos *online* serviram para diminuir as relações de clientelismo entre Estado e sociedade naquele país (KOMITO, 1999). Primeiramente porque, com as privatizações, os novos atores são também novos corretores que concorrem com o Estado na oferta de serviços e bens, diminuindo, assim, os "preços" que os políticos cobravam por sua intervenção.

Secundariamente, segundo o autor, a partir da adoção de novas instâncias de controle do mercado, os cidadãos passaram a ter maior conhecimento sobre o progresso dos procedimentos produzidos, reduzindo a dependência da intervenção política para obter-se respostas sobre o acesso aos serviços e bens oferecidos. Para Komito (1999), mesmo que as decisões governamentais se mantenham sujeitas à influência privada e, conseqüentemente, ao clientelismo, a abertura de informações e o acesso direto ao Estado, facilitado pela Internet, podem servir como instrumentos de bloqueio das negociações ocultas entre clientes e patrões.

O papel do Estado Brasileiro, na tentativa de regulação midiática, não pode deixar de lado a importância da implementação de um pluralismo midiático, capaz de gerar maior fontes de informação e tentar ordenar o atual estágio das coisas. Nesse sentido existem diversas possibilidades, como alterar o modo de concessões de serviços de rádio e televisão existentes, e abrir espaço para outros atores entrarem no cenário.

Ao se tocar no assunto de descentralização da informação pela regulação das telecomunicações, é preciso ter em mente “políticas públicas que reorientem fomentos, financiamentos e patrocínios, de modo a valorizar meios alternativos de comunicação, bem como apoiar a produção audiovisual nacional e preservar o patrimônio e as tradições culturais” (MORAES, 2013). Também destaca-se que as políticas precisam ser debatidas entre “segmentos representativos da sociedade e o poder público, e formuladas com realismo, considerando as mutações da era digital e seus efeitos nas atividades comunicacionais” (MORAES, 2013).

O relatório da UNESCO sobre desenvolvimento e indicadores da mídia, apresenta a diversificação da mídia como alternativa para uma diversidade saudável, entre mídia pública, privada e comunitária. Aposta-se na mídia comunitária como fonte plural, referindo-se “o termo mídia comunitária aos meios de comunicação independentes, de propriedade e de gestão da comunidade”, capaz de democratizar o espaço das comunicações, através de incentivos dos governos e até mesmo de empresas, mas que é pouco difundido ou regulamentado na maioria dos países do mundo (UNESCO, 2010, p. 25-26).

Em contrapartida da força pela democratização da mídia, surgem ainda diversos entraves, tal como o fenômeno da convergência tecnológica, “entendida como a integração tecnológica em uma base comum, uma vez que apesar das formas



da tecnologia serem diferentes, elas permitem um princípio básico que é a comunicação” (SQUIRRA, 2005, p.79). Esse seria o principal instrumento adotado pelos meios de comunicação já existentes, em uma espécie de articulação em rede para que seus conteúdos continuem a serem expandidos “criando mais do mesmo”, e obstaculizando a diversificação dos espaços de comunicação.

Ao retratar esse cenário, como novos padrões para a propriedade cruzada ocorrida desde os anos 80, Jenkins (2008, p.38) aponta que as “novas tecnologias midiáticas permitiram que o mesmo conteúdo fluísse por vários canais diferentes e assumisse formas distintas no ponto de recepção”. Nesse ponto os conglomerados cooperativos atuantes nas principais redes de comunicação colocaram seu produto na Internet e procuram barrar novas fontes emergentes.

Ocorre que ainda na tentativa de expor um conteúdo diferenciado, livre de paradigmas midiáticos tradicionais, pode-se contar com novas articulações independentes como é o caso da Mídia Ninja (2015), “Uma rede de comunicadores que produzem e distribuem informação em movimento, agindo e comunicando” apostando na “troca de informações diretas entre as pessoas, sem a presença dos velhos intermediários”. A aposta desse veículo é financiar seu trabalho com seus leitores, desmistificando a tradição do jornalismo, e colocando uma rede de colaboração em conteúdo de alta qualidade.

É evidente que a inserção de novos veículos de comunicação ganhou força com a expansão da Internet no Brasil e no mundo, com isso diversos outros atores puderam ganhar maior espaço. Esse é o panorama surgido com a inserção das tecnologias, que possibilitam a existência de novos veículos mas que ao mesmo tempo transportam para a rede mídias tradicionais já existentes. O espaço carece de maior regulamentação pelo poder público para que tenha a devida democratização midiática, pois sem isso atores agora secundários não conseguem alcançar o poder já institucionalizado.

A força da Internet, sobretudo das redes sociais como Facebook, Twitter, WhatsApp e outras plataformas interativas revolucionaram a forma de comunicar e informar, haja vista que os usuários, a partir da bidirecionalidade típica da Internet, puderam exercer papel de interlocutor, produzindo, editando e difundindo a sua mensagem e conteúdo informacional. A partir de tal quadro houve a ascensão do fenômeno de descentralização da informação, por conta dessa pulverização ocorrida

fora dos centros de difusão tradicionais, como a TV, rádio, jornais e revistas dos veículos hegemônicos.

Muito embora não se possa olvidar da potencial introdução da televisão nos lares brasileiros, como meio de comunicação mais utilizado e acessível no território nacional, que possibilita, desta forma, a consolidação da concentração da informação e comunicação, a Internet desparta-se como um meio alternativo, que começa a ganhar exponencialidade nesse sentido, podendo, no futuro, superar a televisão na difusão da informação e no exercício da comunicação.

Por fim, somente será possível avançar a agenda de democratização da mídia com o compromisso político, a partir da pressão da sociedade civil e instituições e movimentos sociais e também com a ascensão cada vez maior e mais poderosa da Internet, deslocando o olhar dos centros de poder da informação, para novos meios, mídias mais alternativas, plurais e democráticas, cujo compromisso é com a cidadania, com a construção de uma consciência crítica, fora do foco dos interesses puramente econômicos e mercantis das grandes empresas de comunicação tradicionais que operam no Brasil.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A comunicação é parte integrante da existência humana, de forma que todos os seus instrumentos devam ser utilizados em prol da proteção dos direitos humanos, ou seja, em total consonância e conformidade com os ideais de um Estado Democrático de Direito. Contudo, não há que se falar em comunicação livre quando os veículos formadores da consciência pública e que propiciam a exasperação da informação são controlados e tem a ingerência de alguns pequenos e isolados grupos.

Nesta senda, que o presente ensaio preocupou-se, ou seja, promover a visualização e a reflexão acerca da problemática envolvendo a concentração de mídias no Brasil. Nesse sentido, em um primeiro momento destacou-se a comunicação e seu processo histórico de concentração dos meios, alertando para a antiga e continua prática dos processos de concessão das outorgas para o serviço de radiodifusão no Brasil e os principais atores envolvidos. Na mesma seara, a prática do coronelismo eletrônico e as demais formas de cerceamento da informação e da

comunicação, como, por exemplo, a propriedade cruzada, a concentração horizontal e vertical.

Nesse ínterim, apostou-se no papel das novas fontes de mídia como ferramentas potenciais no auxílio do processo de democratização, nesse passo destaca-se as TIC, especialmente a Internet e as suas redes sociais, como grande articuladores e promotores dos conteúdos plurais, que viabilizam a quebra na hegemonia dos grandes grupos empresariais da comunicação, vez que potencializam a concorrência ao se firmarem como veículos alternativos que disponibilizam informação por meio virtual, desconcentrando, assim, a comunicação e descentralizando a informação

Ao fim e ao cabo, uma sociedade justa e igualitária pressupõe o livre, amplo e irrestrito acesso ao conteúdo informacional, constituindo baliza indispensável para este fim que o maior número de informações seja disponibilizado pelo maior número possível de veículos, a visualização de um nicho informativo por diferentes óticas permite ao indivíduo e ao cidadão formar a sua consciência sobre os acontecimentos públicos e privados, construindo o seu próprio ideário, afastado de influencias e indulgências políticas, religiosas e econômicas. Todo este contexto somente se viabiliza a partir de meios de comunicação descentralizados, plurais e, essencialmente democráticos.

#### **ABSTRACT**

This essay has as scope to work on the problematization involving the democratization of the media in Brazil. In this context, the essential assumptions of this subject are highlighted, as well as the need for a regulatory framework for communications, so as to include the demand of organized civil society, institutions and social movements for a public space of plural, democratic communication , Where it is possible to view the culture in a heterogeneous and decentralized way, outside the axis of the centers of political and economic power. From this angle, one looks at the decentralization of information enhanced by new media. Faced with such a problem, we used the method of deductive approach, and methods of historical procedure.

**Keywords:** Communication; Democratization; Media; Regulation.

#### **REFERÊNCIAS**

BRASIL. **Lei nº. 4.117 de 27 de agosto de 1962.** Institui o Código Brasileiro de Telecomunicações. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/L4117.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L4117.htm)>. Acesso em: 17 out 2015a.

\_\_\_\_\_. **Ministério das Comunicações.** Disponível em: <<http://www.mc.gov.br/acessoainformacao/servico-de-informacoes-ao-cidadao-sic/respostas-a-pedidos-de-informacao/25143-dados-sobre-a-1-conferencia-nacional-de-comunicacao-confecom-realizada-em-2009>> Acesso em: 17 out. 2015b.

DELARBE, Raúl Trejo. Muchos médios em pocas manos: concentración televisiva y democracia em América Latina. IN: **INTERCOM** Revista Brasileira de Ciências da Comunicação. São Paulo, v.33, n.1, p. 17-51, jan./jun. 2010.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência.** Tradução de Susana Alexandria. São Paulo: Aleph, 2008.

KOMITO, Lee. Political transformations: clientelism and technological change. In: ARMITAGE, John; ROBERTS, Joanne (eds.). **Exploring Cyber Society Conference Proceedings.** Newcastle: University of Northumbria. 1999. v. 2. Disponível em: <<http://www.ucd.ie/lis/staff/komito/transform.htm>>. Acesso em: 10 out. 2015.

LIMA, Venício Artur de. **Regulação das comunicações.** História, poder e direitos. São Paulo: Paulus, 2011.

\_\_\_\_\_. **Mídia: teoria e política.** São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo. 2 ed., 2004. **MÍDIA NINJA. Quem somos.** Disponível em: <<https://ninja.oximity.com/partner/ninja/about>>. Acesso em 19 out. 2015.

MORAES, DÊNIS. **Porque a concentração monopólica da mídia é a negação do pluralismo,** 2013. Disponível em: <<http://blogdaboitempo.com.br/2013/07/17/por-que-a-concentracao-monopolica-da-midia-e-a-negacao-do-pluralismo/>>. Acesso em 28 Jul. 2017.

NETO, Guilherme Fernandes. **Direito da Comunicação Social.** São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2004.

OBERVATORIO DA COMUNICAÇÃO. **Porque e como se limita a propriedade cruzada,** 2011. Disponível em: <<http://www.intervozes.org.br/direitoacomunicacao/?p=25290>>. Acesso em 28 Jul. 2017.

ONU. **Declaração Universal dos Direitos Humanos,** 1948. Disponível em: <<http://www.dudh.org.br/wp-content/uploads/2014/12/dudh.pdf>>. Acesso em: 28 Jul. 2017.

SANTOS, Suzy; CAPPARELLI, Sérgio. Coronelismo, radiodifusão e voto: a nova face de um velho conceito. In: BRITTOS, Valério Cruz, BOLAÑO, SIQUEIRA, César Ricardo (Org. ). **Rede Globo: 40 anos de poder e hegemonia.** 1. ed. São Paulo: Paulus, 2005, V.1, p. 77-101.

SANTOS, Raldianny Pereira dos. **Comunicação e outros direitos: Desafios à democracia brasileira.** Memória e Movimento, v. 3, p. 32-42, 2010.

SQUIRRA, Sebastião Carlos De Moraes. **A convergência tecnológica**, 2005. In: Revista FAMECOS. Porto Alegre nº 27 ago 2005.

UNESCO. **Indicadores de Desenvolvimento da Mídia**: Marco para a avaliação do desenvolvimento dos meios de comunicação. UNESCO. Brasília, 2010.