



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS (UFAL)**  
**INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS, COMUNICAÇÃO E ARTES (ICHCA)**  
**CURSO DE JORNALISMO**

**JOSÉ OTÁVIO FERREIRA DA SILVEIRA**

**PODCAST MÍDIA E COMUNICAÇÃO: A REGULAMENTAÇÃO DA MÍDIA E DAS  
REDES SOCIAIS NO BRASIL**

**MACEIÓ/AL**

**2024**

**JOSÉ OTÁVIO FERREIRA DA SILVEIRA**

**PODCAST MÍDIA E COMUNICAÇÃO: A REGULAMENTAÇÃO DA MÍDIA E DAS  
REDES SOCIAIS NO BRASIL**

Trabalho de Conclusão de Curso (modalidade Projeto Experimental) apresentado Instituto de Ciências Humanas, Comunicação e Artes (ICHCA) como requisito para obtenção do Diploma de Graduação em Jornalismo pela Universidade Federal de Alagoas

Orientador: Prof. Dr. Marcos Carvalho Macedo

**Maceió/AL**

**2024**

**Catálogo na Fonte  
Universidade Federal de Alagoas  
Biblioteca Central  
Divisão de Tratamento Técnico**

Bibliotecário: Marcelino de Carvalho Freitas Neto – CRB-4 – 1767

S587p Silveira, José Otávio Ferreira da.  
Podcast mídia e comunicação : a regulamentação da mídia e das redes sociais  
no Brasil / José Otávio Ferreira da Silveira. – 2024.  
50 f. : il.

Orientador: Marcos Carvalho Macedo.  
Monografia (Trabalho de conclusão de Curso em Jornalismo) – Universidade  
Federal de Alagoas. Instituto de Ciências Humanas, Comunicação e Artes.  
Maceió, 2024.

Bibliografia: f. 23-25.  
Apêndices: f. 26-50.

1. Mídia - Regulação. 2. Radiodifusão. 3. Redes sociais - Brasil. 4. Podcasts.  
I. Título.

CDU: 070:654.195(81)

# **FOLHA DE APROVAÇÃO**

**JOSÉ OTÁVIO FERREIRA DA SILVEIRA**

## **PODCAST MÍDIA E COMUNICAÇÃO: A REGULAMENTAÇÃO DA MÍDIA E DAS REDES SOCIAIS NO BRASIL**

Relatório Técnico submetido ao corpo docente do Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Alagoas como requisito para obtenção do grau de Bacharel em Jornalista, aprovado em 18 de março de 2024.

**BANCA EXAMINADORA:**

---

**Prof. Dr. Marcos Carvalho Macedo**

---

**Profª. Drª. Lídia Maria Marinho da Pureza Ramires**

---

**Prof. Dr. Júlio Arantes Azevedo**

## RESUMO

A regulação dos meios de comunicação é um tema que tem ocupado cada vez mais os debates públicos acerca da possibilidade de intervenção estatal e do alcance que ela pode ter. O surgimento das redes sociais e a disseminação de desinformação reascendeu a discussão, que, no Brasil, veio à tona a partir dos últimos representantes do poder executivo federal – Lula e Bolsonaro - com posições antagônicas sobre o assunto. A legislação brasileira existente sobre o tema carece de atualizações, tanto em relação à mídia tradicional quanto às redes sociais digitais. Desta forma, este trabalho tem como objetivo apresentar dados, ouvir opiniões e, por fim, discutir a possibilidade de modernização da legislação em uma série de três episódios. Por outro lado, a questão mais relevante é quanto a viabilidade deste debate nos dias atuais ante a nossa realidade atual, politicamente falando. Temos um Congresso Nacional com amplos problemas e com uma representatividade bem discutível para que possa debater temas como este. O acirramento político existe e é uma situação a qual não podemos ignorar. Outros países são exemplos neste debate, tanto positiva quanto negativamente e servem de parâmetro para o Brasil. O trabalho ouviu especialistas de diversas entidades, assim como profissionais de comunicação e consumidores de mídia sobre as propostas em discussão no Congresso Nacional acerca da regulação dos meios de comunicação no Brasil, fornecendo ao ouvinte dos episódios a oportunidade de uma opinião mais abalizada sobre o assunto, que se mostra cada vez mais importante no contexto atual.

**PALAVRAS-CHAVE:** Regulação; Mídia; Radiodifusão; Redes; Brasil; Podcast.

## **ABSTRACT**

The regulation of the media is a topic that has increasingly occupied public debates about the possibility of state intervention and the scope it can have. The emergence of social networks and the dissemination of misinformation reignited the discussion, which, in Brazil, came to the fore from the last representatives of the federal executive branch – Lula and Bolsonaro – with antagonistic positions on the subject. Existing Brazilian legislation on the subject needs to be updated, both in relation to traditional media and digital social networks. Therefore, this work aims to present data, listen to opinions and, finally, discuss the possibility of modernizing legislation in a series of three podcasts. On the other hand, the most relevant question is how to predict this debate today in light of our current reality, politically speaking. We have a National Congress with broad problems and with a very debatable representation so that we can debate topics like this. Political tension exists and it is a situation that we cannot ignore. Other countries are examples in this debate, both positive and qualities and serve as a parameter for Brazil. The work brought together experts from various entities, as well as communication professionals and media consumers on the proposals under discussion in the National Congress on the regulation of the media in Brazil, providing podcast listeners with the opportunity to have a more informed opinion on the subject, which is increasingly important in the current context.

**KEY WORDS:** Regulation; Media; Broadcasting; Networks; Brazil; Podcast.

## SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	6
OBJETIVOS.....	11
FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	12
PROCESSO DE PRODUÇÃO JORNALÍSTICA DO TRABALHO.....	18
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	22
REFERÊNCIAS .....	23
APÊNDICE A – PAUTAS DOS EPISÓDIOS .....	26
APÊNDICE B – ROTEIROS DOS EPISÓDIOS .....	35

## INTRODUÇÃO

A comunicação é instigante e a expansão dos meios de comunicação, especialmente no mundo digital, envolve toda a sociedade em um novo contexto informativo que se atualiza dia após dia. Outrora, a informação chegava de forma mais “lenta” e apesar de seu impacto informativo e de interesse público que nunca se encerra, apenas se renova, havia um foco maior na notícia e no interesse do leitor e telespectador. Hoje em dia, entra em cena também o jornalismo de entretenimento, que está cada vez mais em evidência e obriga a todos que trabalham com o jornalismo a se atualizarem para encontrar novas formas de chegar até aos públicos.

Paralelo a isto, com o surgimento de novos meios de comunicação, chamados em muitos casos de mídia “alternativa”, vemos o aparecimento de novas vozes, palavras e opiniões. A democratização da mídia é um movimento que se apresenta em potencialidade constante. O espaço para todas as mídias e plataformas tem sido ocupado, contudo, a diferenciação de alcance e tamanho da mídia tradicional em comparação a esta mídia alternativa ainda é destacável. As grandes emissoras de televisão, empresas de jornal e de rádio abarcam valores financeiros de grande relevância em detrimento de outras instituições e microempresas que sequer possuem um financiamento “público” ou patrocínios de grandes conglomerados que lhe deem sustentação.

Diante desse cenário cada vez mais diverso e plural, tem se intensificado a discussão sobre a regulamentação da mídia – tanto de massa, quanto digital. Tendo em vista ser um tema que aceita opiniões diversas, apresentando argumentos favoráveis e contrários, revela-se um debate que precisa ser realizado com todos os setores da sociedade. Apesar de não ser um tema considerado contemporâneo, surge em maior proporção a partir das últimas décadas no Brasil, haja vista a presença de situações que emergem a discussão, como por exemplo o monopólio dos meios de comunicação, a desinformação provocada pela disseminação das chamadas *fake news* e ainda os governos federais antagônicos que tivemos em um passado recente.

Quanto a desinformação, popularmente conhecida pela massa como *fake news*, observamos que passou a ser um problema evidente e relevante a partir das últimas décadas. A disseminação da mídia digital levou a uma profusão de situações outrora inexistentes ou com pouca relevância. A desinformação é uma delas. O debate de argumentos e a

possibilidade de proporcionar conhecimento amplo deram lugar a um fenômeno de difícil solução que é a desinformação, haja vista a disputa ser desigual, tendo em vista que o alcance desta é imediato e muitas vezes não possui respostas, como bem define o Professor titular da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (USP), Eugênio Bucci<sup>1</sup>: “A desinformação é o efeito geral da disseminação de fake news e de outros recursos para enganar ou manipular pessoas ou públicos com fins inescrupulosos. Na era da desinformação, a capacidade social de distinguir fato e opinião se desfaz.”

A partir do diagnóstico de alguns números preocupantes acerca da monopolização dos meios de comunicação no Brasil, conforme estudo da Organização Não Governamental Repórteres Sem Fronteiras em 2017<sup>2</sup>, os defensores de uma maior regulação da mídia entendem que tal quadro indica uma alta concentração das maiores audiências e financiamentos nas mãos de poucos proprietários, embora a Constituição Federal proíba, em seu artigo 220, parágrafo 5º, a organização da mídia em monopólio ou em oligopólio, além da característica marcante de propriedades cruzadas destes meios de comunicação, ou seja, quando os proprietários possuem grandes empresas em outros ramos da economia que influenciam diretamente na sociedade, como o agronegócio, por exemplo.

Outro problema apontado com relação a este monopólio versa sobre os proprietários destes conglomerados da mídia em si, haja vista que muitos deles possuem políticos que os controlam, situação esta que também é vedada pela Constituição, porém burlada em muitas ocasiões. Um exemplo clássico disto pode ser observado no estado de Alagoas, haja vista que a TV Gazeta de Alagoas, ainda afiliada Rede Globo de Comunicação, está sob a guarida das Organizações Arnon de Mello, grupo controlado pela família do ex-Senador Fernando Collor de Mello, fato este público e notório<sup>3</sup>.

A preocupação relativa ao futuro da comunicação do país gira em torno da possibilidade de aglutinação de empresas menores a estas consideradas gigantes, o que só aumentaria o monopólio da comunicação no Brasil, comprometendo ainda mais a pluralidade de opiniões desejáveis em uma sociedade democrática. Podemos citar como exemplo de um

---

<sup>1</sup> FAKE news x desinformação: entenda qual é a diferença entre os termos. **TRE-GO**, 2023. Disponível em: <<https://www.tre-go.jus.br/comunicacao/noticias/2023/Agosto/fake-news-x-desinformacao-entenda-qual-e-a-diferenca-entre-os-termos>>. Acesso em 30 mar 2024.

<sup>2</sup> INTERVOZES. **Coletivo Brasil de Comunicação Social**, 2017. Disponível em: <<https://brazil.mom-gmr.org/br/>>. Acesso em 05 fev 2024.

<sup>3</sup> BENÍCIO, Jeff. A guerra da Globo contra Collor: escolhido de Roberto Marinho agora é ‘inimigo’. **Terra**, 2024. Disponível em: <<https://www.terra.com.br/diversao/tv/a-guerra-da-globo-contr-collor-escolhido-de-roberto-marinho-agora-e-inimigo,7970ffca2a86585e7d3ecb543926f6auq2e26w8.html>>. Acesso em 10 jan. 2024.

grande conglomerado o Grupo Globo, maior empresa de comunicação da América Latina<sup>4</sup>, que investe em Radiodifusão, Mídias digital e impressa, Internet, Indústria fonográfica, Cinema e Telecomunicações, além de investir em outros setores imprescindíveis da nossa economia como a educação, a cultura e o agronegócio.

Apesar da maior incidência nas empresas privadas, é preciso lembrar que a comunicação no Brasil é um direito constitucional. As empresas de comunicação recebem uma concessão pública, tendo o Poder Executivo Federal o poder de outorga, permissão, autorização renovação deste direito, como dispõe o art. 223 da Constituição. Haja vista ser um direito constitucionalmente adquirido, a comunicação deve cumprir a sua função social, como observa Canotilho em uma das suas mais importantes obras, onde destaca em especial que o reconhecimento de direitos fundamentais aos cidadãos deverão por estes ser exercidos, enquanto membros da comunidade e no interesse público, que o exercício da liberdade é um meio de garantia e de prossecução do processo democrático, que a vinculação do exercício dos direitos à prossecução de fins públicos justifica a sua articulação com a ideia de deveres e, por fim, que a dimensão funcional justifica, em caso de abuso, a intervenção restritiva dos poderes públicos (Canotilho, 2008).

Apontada como parcial, em muitos momentos, a mídia tradicional tem sido alvo de críticas mais intensas, especialmente pelo campo político chamado de progressista, que considera a sua regulação primordial para o futuro do Brasil. O clima político acirrado, no entanto, pode fazer com que o tema seja colocado em pauta pelos representantes do Legislativo e Executivo em um futuro breve, sem, contudo, o necessário e qualificado debate sobre o tema.

Por outro lado, os contrários à implantação de uma regulamentação mais rigorosa da mídia no Brasil defendem o sistema atual em vigor, aduzindo que apesar do monopólio, a concorrência existe e o próprio mercado da comunicação se renova e permite a população o direito de escolha:

A televisão viu surgir um vigoroso competidor, que segue os passos da líder de mercado e assim vem se consolidando. A imprensa escrita ganhou novos jornais e revistas e os existentes aperfeiçoam e diversificam seus serviços, em uma disputa cada vez mais intensa entre si, e entre outros segmentos, sobretudo a internet, que com eles concorrem (Dutra, 2022, online).

---

<sup>4</sup> INTERVOZES. **Coletivo Brasil de Comunicação Social**, 2017. Disponível em: <<https://brazil.mom-gmr.org/br/midia/detail/outlet/globocom/>>. Acesso em 20 fev. 2024.

Outro argumento que se soma a este indicado anteriormente está vinculado especialmente às redes sociais. Por mais que se traga uma regulação estatal à mídia, a comunicação através das plataformas digitais no Brasil já está “terceirizada”, em grande parte, para empresas oriundas de países estrangeiros que chegaram ao país neste século XXI, como por exemplo a Google e a Meta, que em um primeiro momento, chegaram através do Youtube e Facebook, respectivamente, promovendo uma interação social de entretenimento, e aos poucos aumentaram seu alcance e transcenderam barreiras com novas plataformas e passaram, a desfrutar de grande poder, porém sem grandes responsabilidades.

Um outro argumento colocado por quem é contrário a esta regulamentação é o receio de que algum projeto acabe limitando o direito à informação e proporcione um controle excessivo por parte do Estado, situação esta que é possível observar em alguns países com regime autoritário, como por exemplo a Arábia Saudita e o Irã que, entre outras medidas, estabeleceu através de seu Conselho Nacional do Ciberespaço a proibição do *Twitter*, *Facebook*, *YouTube*, *Telegram* e *WhatsApp*. Tais medidas são sempre colocadas pelos governos locais como medidas em favor da sociedade ou que dizem respeito a função social da comunicação, com o intuito puro e simples de monopolizar a comunicação em torno do Estado.

Estes e outros argumentos favoráveis e contrários somam-se à uma discussão mundial que vem acontecendo, demonstrando que países que possuem uma mídia regulada e regulamentada podem ser tomados comparativamente para o debate das propostas no Brasil. Importa ressaltar, entretanto, cada particularidade da mídia nestes países e as diferenciações que eles possuem com relação ao nosso modo de organização social. Países como Argentina, Estados Unidos e Reino Unido fazem parte do grupo de grandes nações mundiais que têm a sua regulamentação da mídia em vigor e podem auxiliar no debate que pretendemos trazer a público.

Ante o exposto, pretendemos trazer à tona algumas perguntas: é possível regular a mídia no Brasil atualmente? De que forma? Como isso pode ser feito em relação às mídias de massa? E quanto às plataformas digitais? Os exemplos de países do exterior podem ajudar a aprofundar o debate? Como resolver a questão dos interesses de quem detém o “poder midiático” no Brasil? Como respeitar a “liberdade de expressão” prevista na Constituição Federal? São vários os questionamentos que justificam a escolha do tema para a realização de uma produção experimental, em formato de podcast, que coloque em discussão estes e outros pontos.

Creemos que o trabalho possui forte caráter de interesse público e seu resultado pode oferecer uma relevante contribuição para a área de Comunicação, haja vista que tem sido um tema debatido e que, provavelmente, se intensificará nos próximos anos após a eleição presidencial de Luiz Inácio Lula da Silva que declarou, em alguns momentos durante a campanha eleitoral, a necessidade de se discutir a regulação da mídia, pelo que também foi bastante criticado posteriormente.

## **OBJETIVOS**

### **GERAL:**

Discutir, através de uma série de três episódios, a regulamentação da mídia no Brasil, seja os veículos de radiodifusão, como também as plataformas digitais, contribuindo para o debate público da questão e analisando a viabilidade das mudanças ante o cenário político e social que vivemos no país.

### **ESPECÍFICOS:**

- Pesquisar e analisar as propostas discutidas pela sociedade civil organizada sobre a regulação da comunicação por radiodifusão e digital no Brasil, reunindo pontos favoráveis e desfavoráveis;
- Levantar dados de outros países sobre como são regulamentados os serviços de comunicação, para oferecer parâmetros para a discussão;
- Entrevistar representantes de entidades ligadas à comunicação, profissionais de jornalismo e consumidores de mídia para saber sua opinião sobre a regulação da mídia no Brasil;
- Editar as entrevistas para elaboração dos roteiros dos episódios.

## FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Discutir sobre a regulamentação da mídia no Brasil é uma proposta instigante e divergente. Divergente, pois as opiniões e visões sobre a sua implementação no Brasil são distintas, apesar de respeitáveis. Membros da comunicação, doutrinadores e pensadores na sociedade já abordaram o tema e continuam a abordá-lo, pois com o passar do tempo e com o surgimento de novos contextos, como é o caso da digitalização, faz-se necessário a reconsideração das posições para avaliar seu alcance e viabilidade.

A referência legal para a mídia no Brasil é o Código Brasileiro de Telecomunicações (CBT), que vigora desde 1962. À época, este Código foi sancionado com a finalidade de definir as regras de funcionamento para os serviços de telecomunicações e radiodifusão no Brasil. Trinta e cinco anos depois, em 1997, o CBT passou por sua mudança mais radical, haja vista que foi aprovada a Lei Geral das Telecomunicações (LGT), que regulamenta os serviços de telefonia, que estão quase em sua totalidade como alvos de concessão no país, e de transmissão de dados. O CBT acabou se direcionando mais para a parte de radiodifusão<sup>5</sup>, como na criação de um Conselho de Comunicação pelo Congresso, porém apenas com função consultiva.

Mesmo assim, a discussão acerca da regulamentação da mídia jamais cessou. Como por exemplo, podemos destacar a visão de Domingues e Zaverucha (2015) que entendem a concentração e o monopólio como consequência do debate referente a regulação, a partir do prisma dos modelos adotados em determinados países que propiciam a concentração da mídia – como se observa no Brasil e na Argentina. Isso se torna evidente nos processos de instituição das normas regulatórias em comunicação nos dois países, onde é importante ressaltar também os interesses envolvidos em cada processo.

Embora a Constituição Federal proíba a organização da mídia em monopólio ou em oligopólio, conforme ressaltado anteriormente, o que se observa efetivamente é que os meios

---

<sup>5</sup> BRASIL, Lei nº 8.389, de 30 de dezembro de 1991. Disponível em: <[https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/18389.htm#:~:text=LEI%20N%C2%BA%208.389%2C%20DE%2030,Art.](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18389.htm#:~:text=LEI%20N%C2%BA%208.389%2C%20DE%2030,Art.)>. Acesso em 30 out 2022.

de comunicação em nosso país estão concentrados em poucos grupos empresariais e/ou políticos que acabam tendo domínio sobre as publicações e com acusações de seletividade na publicação de notícias. Ante esta situação, há o posicionamento acerca do descumprimento da norma constitucional e de seus regramentos. Por outro lado, observa-se teorias fundamentadas e contrárias a esta implantação, como por exemplo a do então diretor executivo da Associação Nacional de Jornais (ANJ), Ricardo Pedreira:

Um dos pilares da convivência democrática é o de que ninguém tem o direito de determinar aos outros o que é mais ou menos adequado para ser dito, para ser expresso. Numa democracia, todo mundo é absolutamente livre para expressar aquilo que quer, sem nenhuma limitação prévia. Isso não significa impunidade, pois nos casos de mentira ou calúnia, sempre haverá a possibilidade da punição posterior. Um órgão regulador da mídia pode acarretar em censura porque agirá necessariamente de acordo do que pensam os seus integrantes, com as convicções e a ideologia de seus integrantes. Eles terão o poder de julgar que tal ou qual informação ou opinião é mais ou menos adequada. Para evitar esse dirigismo é que existe a plena liberdade de expressão, sem nenhum controle prévio, mas com eventuais penalidades posteriores, por meio do direito de resposta ou da legislação sobre danos morais. (Pedreira, 2011, online)

É possível concluir a partir disto que, efetivamente o tema é polêmico e não há um consenso entre os atores principais que compõem a cadeia envolvida e que é atingida com ou sem a mudança e implantação. De um lado, os defensores de uma maior democratização da comunicação a partir de mudanças nos regramentos e, do outro lado, a súplica pela não intervenção estatal nos meios de comunicação, em respeito ao que determina a atual Constituição Federal em vigor.

Outros argumentos são trazidos por ambos os lados. A conceituação e as ideias relativas a este tema se renovam a cada dia, com o aprimoramento das discussões e com o levantamento de possibilidades e de propostas que podem vir a ser implementadas pelos representantes do Legislativo e do Executivo ou ainda propostas pelo Poder Judiciário, na figura especialmente do Supremo Tribunal Federal que, em vários momentos, tem atuado quando há lacunas a serem preenchidas e que são omitidas pelos outros dois Poderes.

A conceituação de regulação da mídia e da sua viabilidade no Brasil também se origina de nossos representantes eleitos e que debatem o tema já a muito tempo. No longínquo ano de 2009 foi realizada a I Conferência Nacional de Comunicação, que resultou em quase 700 propostas, conceitos e teorias com a meta de propor novas regulamentações para a comunicação no Brasil. Posteriormente, os Presidentes da República, na época, Lula e Dilma Rousseff prometeram, em alguns momentos e discursos, levar adiante os projetos já protocolados ou com viabilidade de serem propostos perante o Congresso Nacional, porém

sem sucesso. A Presidente do Partido dos Trabalhadores, considerada uma das instituições que mais defendem a regulação da mídia, Gleisi Hofmann apresentou seus argumentos recentemente em artigo publicado no Jornal Folha de São Paulo:

Brasil precisa sim modernizar o marco legal das concessões de rádio e TV e dos meios digitais de comunicação para democratizar o acesso à informação. Não há razão para fazer desse assunto um tabu, pois não se trata de constranger a liberdade de expressão. Ao contrário, o debate sobre a regulamentação é necessário para que esse direito seja efetivamente de todos — não privilégio de alguns, como ocorre historicamente em nosso país. (Hoffmann, 2021, online)

Em outro artigo, publicado no mesmo jornal e na mesma data, observamos os argumentos postos em oposição a regulamentação da mídia, especialmente baseados pela inviabilidade da implementação no cenário atual do país, colocados pelo Professor Doutor Vitor Blotta:

[...] é bastante improvável e até perigoso apostar na criação de muitas leis específicas, ou numa lei geral de comunicações que possa abarcar todos os sistemas de mídia (público, privado e estatal) e todas as indústrias de comunicação e informação (imprensa, cinema, televisão, telecomunicações, mídias sociais etc.). Há normas constitucionais que demandam regulamentação? Sim. Há condições favoráveis para essa regulamentação? Não. (Blotta, 2021, online)

O que se observa, a partir destes atores, são dois posicionamentos distintos e respeitáveis. A comunicação e a mídia em geral se renovam automaticamente e diariamente, é um fato. Contudo, a mudança ora proposta é alvo de resistência, pois segundo seus contrários, representaria uma mudança drástica na situação atual dos meios de comunicação no Brasil. É relevante destacar que há uma premissa relevante em se buscar alternativas para a atualização da legislação e dos regramentos perante a observada renovação da mídia.

Essa discussão tem se tornado cada vez mais presente na sociedade, a partir da proposta de lei chamada PL das Fake News (PL 2630), mobilizando agentes políticos e também empresas de comunicação, além das chamadas *Big Techs* (Google, Apple, Meta, Amazon e Microsoft) ou as mídias de massa, interessadas também em recuperar parte de sua receita publicitária. Além disto, o Governo Lula (Partido dos Trabalhadores), que assumiu o poder em janeiro de 2023 tem perspectivas de pautar também a questão, conforme bandeiras levantadas na campanha eleitoral, como declarou durante uma entrevista concedida ao Podcast *Flow*.

A última regulação da mídia eletrônica é de 1962. Nós precisamos chamar a sociedade para discutir. A gente pode fazer uma regulação como a legislação inglesa,

como a legislação americana, como a legislação alemã. Ninguém quer uma regulação como Cuba. O que nós queremos é uma coisa plural, que todo mundo tenha direito a participar, que a oposição tenha direito de resposta, que as pessoas ofendidas tenham direito de resposta (...) é preciso mudar, nós estamos no século XXI repetindo as mesmas coisas do século XX. Nós temos 9 pessoas que são donas de todos os meios de comunicação no Brasil. (Silva, 2022, online)

Tais discussões, sugestões e alternativas podem se materializar em propostas de alterações viáveis aos modelos de regulação da mídia atualmente vigentes e que priorizem, acima de tudo, o interesse público, servindo de sustentação para um direito constitucional já previsto no texto legal e também pilar de um Estado democrático, qual seja, a Comunicação.

Por outro lado, ressaltando ser o meio necessário para o debate, o momento atual da política do Brasil pode ser um empecilho no aprimoramento da discussão acerca da regulação da mídia, conforme destaca a jornalista e professora universitária Carolina Matos:

Países como o Brasil também estão experimentando uma crise do jornalismo e um retorno ao partidarismo num momento em que buscam fortalecer a tradição liberal profissional nas redações. A natureza altamente politizada das instituições do país da maior parte da grande mídia ainda, apesar do crescimento gradual do profissionalismo que tem ocorrido nos últimos anos, pode ser vista como uma barreira que impede o fim da tradição de mau uso das estruturas de comunicação pública, da mesma forma que isso é um impedimento da realização total de um jornalismo mais equilibrado e “objetivo” na grande mídia (Matos, 2013, p. 301).

Como ressaltado, o tema central deste trabalho também já é político. As mudanças que venham a ser propostas e posteriormente colocadas em prática certamente só serão possibilitadas a partir de acordos políticos e após consenso entre as instituições da sociedade civil organizada. A comunicação e seus meios são intrínsecos a todos nós e qualquer mudança, por menor que seja, terá impacto em nossas vidas, como defende a Professora Eula Dantas Cabral:

A democratização da mídia é um desafio que precisa ser encarado por todo(a)s em qualquer lugar do Brasil (...) Para isso, é preciso disponibilizar conhecimento e atuar em todos os locais, pois se a sociedade entender que a comunicação e a cultura são direitos e que emissoras de TV aberta e de rádio (principalmente) são concessões públicas. É possível mudar o cenário atual com a transmissão do conhecimento à sociedade e com o debate do que se tem e o que é preciso para mudar. Pois, mesmo que governos e empresários sejam os atores que determinam e decidem o que querem para mídia brasileira, é a sociedade que atua como cidadã, que elege seus governantes, e como espectadora da programação difundida na mídia (Cabral, 2019, p. 82).

Como já afirmado, são várias as vertentes referentes a este tema. Fundamentações teóricas, discricionárias, motivadas e oriundas de experiências em outros países são visualizadas, contudo, o que se sabe é que não há algum posicionamento mais próximo do correto ou, em outras palavras, são vertentes respeitáveis e que devem ser consideradas. Abordar todos os pontos levantados e averiguar todas as teses trazidas é fundamental para contribuir para o debate público, objetivo da produção da série de Episódios produzida.

### **Podcasts**

A forma como encontramos para trazer à tona toda essa discussão foi em formato de podcast. O podcast é um termo em inglês originado da junção das palavras “iPod” e “broadcasting” que, traduzindo para a nossa língua, significa transmissão de rádio. Embora o nome venha a sugerir um programa de rádio, o podcast é um arquivo digital de áudio que pode ser escutado em qualquer dispositivo com acesso à internet. É uma espécie de programa de rádio sob demanda, que pode ser ouvido a qualquer hora, em qualquer lugar e quantas vezes quiser.

O gênero jornalístico e informativo do trabalho se entrelaça com uma característica inovadora e que vem crescendo enquanto formato midiático e contemporâneo, que são os Podcasts. Outrora não dávamos tanta relevância a este formato de trabalho, porém cada vez mais eles vêm ocupando um espaço diferenciado e formando um nicho de audiência considerada qualificada e com alto poder de discussão sobre os mais diversos temas da atualidade.

Segundo Kischinhevsky (2016), os podcast caracterizam-se como uma modalidade de radiofonia sob demanda, assíncrona, para além da oferta de conteúdos nos websites das emissoras. Ele recupera práticas do radiojornalismo, mas também se diferencia porque a lógica de consumo de notícia e outra. Ferraz e Gambaro (2020) elencam três características determinantes para o sucesso desse formato: o acesso facilitado, a capacidade de escolha e a possibilidade de personalização.

Quanto ao formato específico de debate, destaque-se que o Podcast tem linguagem hiper midiática e sonora. Nas ramificações, podemos classificar o gênero do conteúdo produzido como Metáfora, haja vista que o podcast teve em sua técnica de produção a emulação de um programa de rádio, contando com um apresentador, inserção de trilhas,

vinhetas e efeitos sonoros para marcar a ambientação e a passagem de eventos. No mesmo sentido, podemos qualificar a produção do conteúdo em formato de Radiodocumentário.

No Brasil, o primeiro podcast foi publicado em 21 de outubro de 2004. Digital Minds, do podcaster Danilo Medeiros foi o marco inicial em nosso país e, por ter sido uma importante data, passou a ser considerada como o dia do podcast no Brasil. Uma pesquisa realizada pela Globo em parceria com o Ibope constatou que 57% da população brasileira começou a consumir podcast no período da pandemia<sup>6</sup>.

Com referência ao conteúdo produzido, podemos classificar a produção como jornalística e, conseqüentemente, também no formato radiodocumentário, pois segundo Ferrareto (2001, p. 57), este gênero jornalístico aborda um determinado tema em profundidade, baseado em “[...] pesquisa de dados e arquivos sonoros, reconstituindo ou analisando um fato importante. Inclui, ainda, recursos de sonoplastia, envolvendo montagens e a elaboração de um roteiro prévio”.

Como ressaltado pelo nobre autor, este trabalho traz exatamente tais situações, haja vista que é baseado na pesquisa de dados, na utilização de arquivos sonoros e na análise de um fato importante – regulação da mídia, com a elaboração de um roteiro prévio.

---

<sup>6</sup> CRESCE o consumo de podcasts no Brasil durante a pandemia. Agência Vision, 2022. Disponível em: <<https://agencia.vision/blog/crece-o-consumo-de-podcasts-no-brasil-durante-a-pandemia/>>. Acesso em 02 abr 2024.

## **PROCESSO DE PRODUÇÃO JORNALÍSTICA DO TRABALHO**

Ao escolher este tema para concluir o curso de Jornalismo, primeiramente tinha em mente produzir o trabalho na modalidade convencional, ou seja, com uma monografia nos moldes que já conhecemos e previstos no regulamento da Universidade. Contudo, após produzir o pré-projeto, conversar com professores e outros alunos e pensar sobre os próximos fatores de realização do trabalho, decidi mudar. Como uma forma de fazer um trabalho diferente e proporcionar uma produção inerente à profissão, optei em produzir um TCC em formato de áudio, mais precisamente em podcast.

Visualizei poucos trabalhos neste formato, como também pouquíssimos trabalhos sobre o tema central, o que só me motivou ainda mais a continuar. Desta forma, iniciei minha pesquisa, escolhi e encontrei um orientador e comecei a produção. Desde o princípio, considerei a divisão do trabalho em capítulos, com temas específicos em cada um deles e que pudessem complementar um ao outro alcançando o resultado final.

Felizmente, esta consideração deu certo.

Delimitei os conteúdos de cada episódio e parti em busca das fontes. Ao definir o total de três episódios para o trabalho, entendi que era necessário separar, em um primeiro momento, o conteúdo relacionado a mídia tradicional e o conteúdo relacionado as mídias online ou redes sociais, haja vista ambos serem conteúdos vastos e que apresentam caminhos distintos quanto ao tema central.

Desta forma, o Episódio I, denominado “Abordagem das Mídias Sociais”, discutiu essencialmente a realidade das mídias sociais no Brasil, a ausência de uma legislação específica referente a regulamentação e ainda o impacto que as mesmas tem produzido na sociedade referente a difusão de informações, sejam elas verdadeiras ou não. Foram entrevistados: João Victor Archegas, Pesquisador sênior de Direito e Tecnologia do Instituto de Tecnologia e Sociedade do Rio de Janeiro - ITS Rio, especialista na temática, e Lucas

Maia, Diretor de Tecnologia da Agência Tatu, empresa especializada no jornalismo de dados em Alagoas.

Por sua vez, no Episódio II, denominado “Abordagem da Grande Mídia (TV, Rádio e Jornal)”, trouxemos o debate sobre a regulamentação para os grandes conglomerados que, muitas das vezes, geram um monopólio da mídia. Monopolizam a informação e não contribuem para o cumprimento da função social da comunicação, prevista constitucionalmente. Neste episódio foram entrevistados: Diego Silveira e João Paulo Macena, jornalista, e Maria José Braga, Secretária-Geral do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação – FNDC. Apresentamos o cenário atual referente a uma possível modificação da legislação, tanto no Episódio I como também no Episódio II.

Por fim, referente ao Episódio III, denominado “Pertinência temática - o povo e atores envolvidos falam”, demos voz a diversos atores, sejam eles ligados diretamente ao assunto ou ainda pessoas que possuem uma opinião formada sobre o tema, porém não menos importantes, pois, como ressaltado, a comunicação é antes de tudo uma dimensão social. Além disto, trouxemos o cenário de três países que estão com situações totalmente distintas atualmente, relativas ao tema central do trabalho, analisando a viabilidade de uma implementação em breve de uma nova legislação no Brasil. Foram entrevistadas cinco pessoas: Alexandre Lino, Presidente do Sindicato dos Jornalistas do Estado de Alagoas – SINDJORNAL, Matheus Nivaldo, estudante universitário, Sandra Santos, Professora da rede pública de ensino, Maria Aparecida, Gari, e Vitor Blotta, Professor do Departamento de Jornalismo e Editoração da Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo - USP.

Considero que fui arrojado, haja vista que algumas das fontes são pessoas que sequer residem em Maceió e possuem uma atividade nacional, ou seja, uma relevância destacada na comunicação e que, apesar das dificuldades, consegui entrevistá-las pois se mostraram acessíveis e engrandeceram o trabalho. Algumas das fontes tiveram que ser substituídas, outras foram adicionadas, porém não considero que isto afetou o resultado final do trabalho e ocorreu dentro do esperado.

Nesse sentido o formato escolhido de produção sonora favoreceu a gravação das entrevistas, que foi realizada de casa através de celular conectado à internet por meio do aplicativo *Whatsapp*. Em síntese, todas as sonoras foram captadas através de mensagens de áudio ou ainda com o auxílio de pessoas mais próximas dos entrevistados que puderam colher os áudios e me repassar, posteriormente, via e-mail ou pendrive. Quanto a gravação do

podcast, importa ressaltar que requereu um conhecimento técnico mínimo sobre condições acústicas, e no caso de algumas mensagens de áudio enviadas, um tratamento para favorecer melhor a veiculação.

Com todas as entrevistas realizadas, o trabalho seguinte foi de elaboração dos roteiros (Apêndice B). Comecei por escutar todas as entrevistas e decupá-las, selecionando, a seguir, os trechos para cada episódio. Com isto, foi elaborado o texto para gravação do locutor, procurando adequá-lo às entrevistas concedidas. Efetivamente, muito do que havia sido selecionado teve que ser excluído em virtude do alongamento temporal do trabalho que se avistava, como ressaltado anteriormente, num trabalho próprio da edição. Foi algo difícil de se concretizar e gerou muitos debates entre aluno e orientador.

Montado o roteiro, procuramos o auxílio do técnico de áudio da Universidade Federal de Alagoas, Ricardo Moresi, para agendar a gravação utilizando a estrutura disponível no curso de Jornalismo da UFAL. Com esse auxílio foi realizada a gravação dos trechos de locução dos três episódios do Podcast, bem como a montagem dos mesmos, a inserção de vinhetas (escolhidas e produzidas por mim), efeitos sonoros, e especialmente ajustes necessários para equalizar o áudio de algumas entrevistas.

Procuramos reduzir ao máximo o tempo de cada episódio, tem-se que foi uma situação amplamente discutida durante todos os meses de produção, respeitando o disposto na regulamentação da Universidade e procurando, também, seguir um roteiro do que se observa na grande parte dos episódios produzidos, ou seja, episódios de, no máximo, 30 minutos. Em alguns casos, para não prejudicar as abordagens das questões propostas, foi necessário preservar as respostas de alguns entrevistados.

Escolhi este tema “Mídia e Comunicação” pensando em uma continuidade no futuro, tendo como visão o debate de temas relacionados a mídia e comunicação. O podcast foi veiculado na Plataforma *Spotify*, disponível nos links: Episódio I - <https://spotifyanchor-web.app.link/e/vchwHyw1MHb>; Episódio II - <https://spotifyanchor-web.app.link/e/y8NP7c71MHb>; Episódio III - <https://spotifyanchor-web.app.link/e/m2k5wx82MHb>. Para isso também foi necessária a criação de uma identidade visual, bem como descrição do podcast e dos episódios.



A etapa final do trabalho envolveu a revisão de todo o material produzido, bem como a elaboração deste relatório para submissão à banca examinadora.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante do tema escolhido e das vertentes que o cerca, especialmente no sentido conceitual, considero que atingi a meta previamente estabelecida para este trabalho, seja no sentido de apresentação do conteúdo, como também na produção do mesmo, com um formato considerado “novo” para efeitos de trabalho de conclusão de curso.

Quanto aos recursos humanos utilizados, entendemos que a viabilidade técnica para a produção do que se propõe neste trabalho foi cumprida, haja vista a pesquisa jornalística foi realizada, reunindo dados e, posteriormente, fontes capazes de trazer informações consistentes que contribuem para o debate da questão. Por sua vez, quanto a viabilidade econômica foi plenamente plausível a concretização da produção, considerando também o uso de ferramentas digitais acessíveis, assim como o uso dos equipamentos e técnico que a própria universidade dispõe para a edição.

Considero que o tempo para a produção deste trabalho foi suficiente, a partir da existência de disponibilidade de uma documentação abundante e adequada para investigação, assim como das fontes que se disponibilizaram, colaborando para seguir o cronograma previamente estabelecido. Não se observaram situações inesperadas ao longo da produção para a conclusão do trabalho, confirmando a viabilidade temporária. O trabalho também procurou respeitar os direitos fundamentais não configurou qualquer infração contra a ética ou a moral, assim como não observa ou sugere qualquer regramento que afronte a Constituição.

Desta forma, considero que aprendi, especialmente, sobre os dados referentes a mídia em geral, usuários das redes sociais, das mídias televisivas e radiofônicas. Compreendi as mais diversas opiniões, divergentes ou convergentes. Acredito que propus uma reflexão acerca do tema, permitindo uma análise ampla e crítica do tema, bem como esclarecer pontos outrora desconhecidos da grande massa.

Assim, haja vista o debate ser necessário e estar presente atualmente nos cenários políticos e sociais, acredito que o trabalho traga uma contribuição para a sociedade, tendo em vista a sua divulgação em uma plataforma digital, colaborando especificamente para uma reflexão, respondendo perguntas, tais como: a regulação da mídia no Brasil é necessária? É viável? A sociedade já discutiu de forma madura o tema? Como podemos inseri-lo no ambiente político atual do país? O podcast poderia tratar de outras temáticas futuramente, em uma nova temporada?

## REFERÊNCIAS

- BANDEIRA, Luiza; CORRÊA, Alessandra; CARMO, Marcia; JARDIM, Claudia. **Como funciona a regulação de mídia em outros países?** BBC News Brasil, Londres, 1 dez 2014. Disponível em: <[https://www.bbc.com/portuguese/noticias/2014/12/141128\\_midia\\_paises\\_lab](https://www.bbc.com/portuguese/noticias/2014/12/141128_midia_paises_lab)>. Acesso em 03 out 2023.
- BARROSO, Luís Roberto Barroso. Temas de direito constitucional. **Liberdade de expressão, censura e controle da programação de televisão na constituição de 1988**. Renovar, 2001.
- BENÍCIO, Jeff. A guerra da Globo contra Collor: escolhido de Roberto Marinho agora é ‘inimigo’. **Terra**, 2024. Disponível em: <<https://www.terra.com.br/diversao/tv/a-guerra-da-globo-contracollor-escolhido-de-roberto-marinho-agora-e-inimigo,7970fffca2a86585e7d3ecb543926f6auq2e26w8.html>>. Acesso em 10 jan. 2024
- BLOTTA, Vitor. **Os meios de comunicação do Brasil devem ser regulamentados? NÃO**. Folha de São Paulo, São Paulo, 10 set 2021. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/opiniao/2021/09/os-meios-de-comunicacao-do-brasil-devem-ser-regulamentados-nao.shtml>>. Acesso em: 13 dez 2022.
- BRASIL, **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm)>. Acesso em 30 out 2022.
- BRAUN, Julia. **O que big techs criticam em PL e ações sobre regulamentação das redes no Brasil**. BBC News Brasil, Londres, 18 mai 2023. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/articles/c2q112y2735o>>. Acesso em 10 ago 2023.
- CABRAL, Eula Dantas Taveira. **Desafios para a democratização da mídia em tempos conturbados - Resistências e Inovações: políticas de comunicação em tempos de crise**. Brasília. Universidade de Brasília, 2019.
- CAMPOS MELLO, Patrícia. **A máquina do ódio: notas de uma repórter sobre fake news e violência digital**. São Paulo. Companhia das Letras, 2020.
- CASTRO, Vitor. **Regulamentação da mídia**. Observatório da imprensa, Campinas, 13 jan 2011. Disponível em: <<https://www.observatoriodaimprensa.com.br/armazem-literario/regulamentacao-da-midia/>>. Acesso em: 11 dez 2022.
- CINCO famílias controlam 50% dos principais veículos de mídia do país, indica relatório. **Carta Capital**, 2017. Disponível em: <<https://www.cartacapital.com.br/sociedade/cinco-familias-controlam-50-dos-principais-veiculos-de-midia-do-pais-indica-relatorio/>>. Acesso em 20 fev 2024.
- CANOTILHO, José Joaquim Gomes. **Estudos sobre direitos fundamentais**. 2. ed. Coimbra: Coimbra Editora, 2008.
- CRESCER o consumo de podcasts no Brasil durante a pandemia. Agência Vision, 2022. Disponível em: <<https://agencia.vision/blog/crece-o-consumo-de-podcasts-no-brasil-durante-a-pandemia/>>. Acesso em 02 abr 2024.
- DOMINGUES, Juliano; ZAVERUCHA, Jorge. **Teoria da regulação e mídia: ferramentas conceituais para análise de políticas de comunicação**. Revista ALCEU (PUC-RJ) – V. 16 - nº 31 – jul/dez 2015.

DUTRA, Pedro. **O controle do pensamento**. Agência O Globo: O Globo, 2010. Disponível em: <<https://abraji.org.br/noticias/regulacao-da-midia-a-favor-ou-contra>>. Acesso em 10 nov 2022.

FAKE news x desinformação: entenda qual é a diferença entre os termos. **TRE-GO**, 2023. Disponível em: <<https://www.tre-go.jus.br/comunicacao/noticias/2023/Agosto/fake-news-x-desinformacao-entenda-qual-e-a-diferenca-entre-os-termos>>. Acesso em 30 mar 2024.

FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio: o veículo, a história e a técnica**. 2. ed. Porto Alegre: Sagra DC Luzzatto, 2001.

FERRAZ, Nivaldo e GAMBARO, Daniel. Podcast e radiojornalismo: uma aproximação entre a mídia formal e as novas experiências de produção e escuta. In: *Novos Olhares*, vol. 9, n. 1, jan-jun, 2020, pp. 155-172.

FONTANETTI CHRISTOFOLETTI, Danilo; ROSSI JUNIOR, Nelson Paulo. **Limites Ao Direito De Comunicação: Regulação De Mídia Ou Censura?** São Paulo. Unimep, 2020.

FREITAS, Vladimir Passos de. **O inquérito das fake news no STF e sua relação com o sistema de Justiça**. *Conjur*, 2022. Disponível em: <<https://www.conjur.com.br/2022-nov-27/inquerito-fake-news-stf-relacao-justica/>>. Acesso em 02 nov 2023.

GONÇALVES, Ícaro. **Jovens de até 24 anos veem 7 vezes menos TV aberta do que idosos**. *O Hoje*, 2023. Disponível em: <<https://ohoje.com/noticia/variedades/n/1479956/t/jovens-de-ate-24-anos-veem-7-vezes-menos-tv-aberta-do-que-idosos/>>. Acesso em 12 out 2023.

HENRIQUE, Layane. **Saiba do que se trata a regulação das redes sociais**. *Politize*, 2023. Disponível em: <<https://www.politize.com.br/regulacao-das-redes-sociais/>>. Acesso em 02 nov 2023.

HOFFMANN, Gleisi. **Os meios de comunicação do Brasil devem ser regulamentados? SIM**. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 10 set 2021. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/opiniao/2021/09/os-meios-de-comunicacao-do-brasil-devem-ser-regulamentados-sim.shtml>>. Acesso em: 12 dez 2022.

INSIDE Vídeo 2023. **Kantar Ibope Media**, 2023. Disponível em: <[https://kantaribopemedia.com/wp-content/uploads/2023/03/Kantar-IBOPE-Media\\_Inside-Video-2023.pdf](https://kantaribopemedia.com/wp-content/uploads/2023/03/Kantar-IBOPE-Media_Inside-Video-2023.pdf)>. Acesso em 10 ago 2023.

INTERVOZES. **Coletivo Brasil de Comunicação Social**, 2017. Disponível em: <<https://brazil.mom-gmr.org/br/>>. Acesso em 05 jan 2024.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Rádio e mídias sociais: mediações e interações radiofônicas em plataformas digitais de comunicação**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2016.

MARQUES, Rodolfo Silva; CONCEIÇÃO, Bruno da Silva. **A Ley de Medios na Era Macri: reversão no processo de regulação da mídia na Argentina**. *Aurora: revista de arte, mídia e política*, São Paulo, v.10, n.28, p. 13-36, fev.-mai.2017.

MARQUES, Rodolfo Silva. **A Mídia Sob o Império da Lei: Políticas de Regulação dos Meios de Comunicação no Brasil e na Argentina no Século XXI**. São Paulo. Appris Editora, 2020.

MARTINS, Américo. **Reino Unido propõe uma das mais duras leis do mundo para regular a internet**. *CNN Brasil*, Londres, 2022. Disponível em: <<https://www.cnnbrasil.com.br/internacional/reino-unido-propoe-uma-das-mais-duras-leis-do-mundo-para-regular-a-internet/>>. Acesso em 01 set 2023.

MARTINS, Mariana. **Artigo | Por que a discussão sobre regulação da mídia sempre volta?** Brasília. Brasil de Fato, 2021.

MATOS, Carolina. **Mídia e Política na América Latina: globalização, democracia e identidade.** Rio de Janeiro. Civilização brasileira, 2013.

NORDESTE Sem Fake: Agência Tatu lança robô de checagem de fatos para eleições. **Agência Tatu**, 2022. Disponível em: <<https://www.agenciatatu.com.br/noticia/nordeste-sem-fake/>>. Acesso em 08 ago 2023.

NOVA regra do Reino Unido para proteger crianças na internet prevê multas bilionárias e até prisão de executivos. **G1**, 2023. Disponível em: <<https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2023/10/22/nova-regra-do-reino-unido-para-protoger-criancas-na-internet-preve-multas-bilionarias-e-ate-prisao-de-executivos.ghtml>>. Acesso em 10 out 2023.

NO BRASIL, 159 milhões usam redes sociais diariamente. YouTube é o campeão. **Convergência Digital**, 2022. Disponível em: <<https://www.convergenciadigital.com.br/Internet/No-Brasil%2C-159-milhoes-usam-redes-sociais-diariamente.-YouTube-e-o-campeao-59919.html?UserActiveTemplate=mobile>>. Acesso em: 10 out 2023.

PAGANOTTI, Ivan. **Censura, Justiça e Regulação da Mídia na Redemocratização.** São Paulo. Apris Editora, 2021.

PESQUISA Avaaz/Atlas - Regulação das Redes Sociais. **Atlas Intel**, 2023. Disponível em: <<https://cdn.atlasintel.org/95c2051e-cfcf-480d-b69b-d91c413bbd97.pdf>>. Acesso em 06 ago 2023.

PL 2630 das Fake News: entenda como ficou o projeto ‘fatiado’ e o que será votado hoje. **Estadão**, 2023. Disponível em: <<https://www.estadao.com.br/politica/pl-2630-das-fake-news-entenda-como-ficou-projeto-fatiado-e-o-que-sera-votado-hoje/>>. Acesso em 27 set 2023.

RÁDIO é consumido por 83% da população no Brasil; 58% ouvem em maior ou na mesma quantidade, diz Inside Radio 2022. **Acaert**, 2022. Disponível em: <<https://www.acaert.com.br/noticia/46784/radio-e-consumido-por-83-da-populacao-no-brasil-58-ouvem-em-maior-ou-na-mesma-quantidade-diz-inside-radio-2022>>. Acesso em 15 ago 2023.

SARAVIA, Enrique; MATOS MARTINS, Paulo Emílio; PENNA PIERANTI, Octavio. **Democracia e Regulação dos Meios de Comunicação de Massa.** São Paulo. FGV, 2008.

SILVA, Luiz Inácio Lula da. [Entrevista concedida ao] **Podcast Flow**. Cortes do Flow [Oficial]. Igor questiona Lula sobre regulamentação da mídia. YouTube, 19 out 2022. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=885RL0M8930>>. Acesso em 30 ago 2023.

SOUSA, Saylon. **Guia interativo: podcast para organizações.** São Luís. PPGCOMPro UFMA, 2022.

WU, Tim – tradução Cláudio Carina. **Impérios da Comunicação – Do telefone à internet, da AT&T ao Google.** Rio de Janeiro. Zahar, 2012.

## **PAUTA – EPISÓDIOS I - Abordagem das Mídias Sociais**

Produtor: José Otávio

Tema: PODCAST MÍDIA E COMUNICAÇÃO: A REGULAMENTAÇÃO DA MÍDIA E DAS REDES SOCIAIS NO BRASIL

**Histórico/Sinopse:** As redes/mídias sociais são cada vez mais visadas e utilizadas pela sociedade como um meio direto de comunicação e informação, em uma clara disputa de espaço, especialmente publicitário, com os meios tradicionais e históricos como por exemplo o rádio e o jornal impresso. Diante disso e em virtude de uma regulamentação escassa ou podemos até dizer inexistente, haja vista a lacuna que a legislação considerada antiga nos apresenta, é urgente a atualização do debate acerca desta situação. Atualmente em vigor no Brasil, o Marco Civil da internet (Lei nº 12.965/2014) não tem o condão regulatório das redes sociais no país de forma direta, tendo em vista que, apesar de regular, estabelecer princípios, deveres, valores, direitos e garantias referentes ao ambiente digital e a internet, não apresenta responsabilização das plataformas pelo seu uso indevido, ou seja, não as responsabilizam pelas publicações feitas por terceiros, ainda que estejam sendo utilizadas para promover desinformações ou discursos de ódio.

Na discussão dessa questão, a partir especialmente do que observamos em virtude da propositura de votação do PL 2630/2020, a chama Lei das *Fake News*, percebemos posicionamentos distintos acerca da necessidade/viabilidade de regulação de mídia tradicional e social no Brasil, com opiniões diversas e argumentos a serem considerados em ambos os lados ambos os lados.

Este PL segue ainda em discussão sem a votação em plenário, haja vista, em especial, a grande pressão que as chamadas *Big Techs* exerceram perante os parlamentares, como também nas próprias plataformas ao lançarem comunicados afirmando que o PL seria antidemocrático, ameaçava a liberdade de expressão e responsabilizaria as empresas de uma forma que poderia levar a uma enxurrada de processos judiciais.

Por um lado, em síntese, tendo em vista o avanço da tecnologia e a urgência em notificar os acontecimentos com a rapidez que o mundo atual exige, surge a necessidade de regular os canais de comunicação dada a vigilância, o uso de dados dos usuários e a responsabilização efetiva referente ao conteúdo que é compartilhado, sendo estas as principais defesas por parte dos entusiastas da proposta, sem confundir a regulação com uma suposta ideia de cerceamento da liberdade de expressão.

Em compensação, por outro lado, acredita-se que tais medidas podem abrir precedente para ferir a liberdade de expressão dos usuários e configurar tentativa de censura, sendo esta a justificativa fornecida por quem rechaça esta ideia e defende a continuidade das redes sociais nos moldes atuais ou com mudanças pouco impactantes.

**Enfoque/Encaminhamento:** Abordar em números e relevância o impacto das redes sociais na sociedade brasileira e aquilo que vem sendo apontado como pontos negativos ou que merecem uma intervenção estatal/legal, haja vista o que explanamos anteriormente, quanto a

ausência de uma legislação mais específica quanto a estas redes sociais. Apontar a viabilidade ou não das propostas que vem sendo levantadas pelas próprias empresas, pelos legisladores ou ainda pelos estudiosos do tema. Trazer para a realidade em que vivemos o futuro destas redes sociais caso sejam alvos de uma legislação mais rigorosa, especialmente quanto ao posicionamento que as mesmas terão em virtude de serem essencialmente estrangeiras e com grande poder de influência, especialmente comercial.

### **Questões a serem levantadas:**

#### **QUESTIONAMENTOS A SEREM RESPONDIDOS POR MIM COM BASE NOS LEVANTAMENTOS:**

- Qual o número de usuários nas principais redes sociais no Brasil?
- Qual a regulamentação que estas redes sociais tem de obedecer atualmente?
- Há facilidade por parte das Plataformas na gerência e no controle do conteúdo disponibilizado pelos usuários? E por parte da Justiça?
- Quais as principais reivindicações/propostas que surgem como primordiais para que se tenham redes sociais mais harmônicas?
- E as empresas, o que pensam? Como se posicionam diante de uma iminente mudança da legislação brasileira?

#### **QUESTÕES PARA AGÊNCIA TATU – DANDARA**

- Qual o principal objetivo com a plataforma Dandara?
- Esta plataforma apresentou problemas e foi substituída pela página *Nordeste sem fake*. Fala um pouco sobre os problemas ocorridos e a continuidade do projeto junto a Agência Tatu.
- O que vocês querem proporcionar aos internautas com estes Projetos?
- Como você visualiza o disparo de notícias falsas? É um fenômeno que existe?

#### **QUESTÕES PARA JOÃO VICTOR – ITS RIO**

- Qual a opinião do Instituto de Tecnologia e Sociedade do Rio (Its Rio) acerca do PL 2630?
- Quais as principais críticas em relação ao projeto?
- Como vocês observam a possibilidade de uma regulação das redes sociais no Brasil?
- Vocês entendem que as plataformas de redes sociais deviam ter uma maior gerência sobre seus usuários, dados e publicações?
- O “Its Rio” entende que as Fake News são um problema efetivamente grave? O que vocês defendem como solução para resolvê-lo?

### **Fontes:**

SITES OFICIAIS – DADOS HISTÓRICOS

Consulta acerca dos números de usuários das redes sociais no Brasil

LEGISLAÇÃO APLICADA

PROPOSTAS

POSICIONAMENTO DAS EMPRESAS

AGENCIA TATU – DANDARA

ESPECIALISTA ABORDANDO O PL 2630

**Linguagens:**

A linguagem para esta pauta será essencialmente via áudio, com o repasse das informações, apresentação de dados e as respostas para as perguntas acima lançadas, como outras que venham a ser necessárias para o desenvolvimento do primeiro episódio deste trabalho, além da entrevista com as fontes supramencionadas em um Radiodocumentário.

**PAUTA – EPISÓDIOS II - Abordagem da Grande Mídia (TV, Rádio e Jornal)**

Produtor: José Otávio

Tema: PODCAST MÍDIA E COMUNICAÇÃO: A REGULAMENTAÇÃO DA MÍDIA E DAS REDES SOCIAIS NO BRASIL

**Histórico/Sinopse:** Em uma escala de discussão avançada, os grandes meios de comunicação também são alvo de uma possível regulamentação mais rígida, haja vista alguns pontos que são debatidos a alguns anos, em especial o conteúdo apresentado ao público, a propriedade pouco diversa dos grandes conglomerados e ainda o cumprimento da legislação quanto a função social destes meios de comunicação, haja vista se tratar de um direito social constitucionalmente previsto.

O que muitos na população brasileira não tem conhecimento com relação a este assunto é que estas mídias, chamadas de tradicionais, já possuem uma regulamentação: o Código Brasileiro de Telecomunicações (CBT), em vigor desde 1962 com a finalidade de definir as regras de funcionamento para os serviços de telecomunicações e radiodifusão no Brasil. Por sua vez, em 1997, este Código passou por sua mudança mais radical, tendo em vista que foi aprovada no Congresso Nacional a Lei Geral das Telecomunicações (LGT), que trouxe a regulamentação dos serviços de telefonia, que estavam em viés de privatização e expansão à época, estando quase em sua totalidade mediante concessão no país e ainda o estabelecimento de transmissão de dados.

Assim, é certo que temos uma regulamentação da mídia em vigência no Brasil, porém, diante da modificação e atualização intensa e frequente destes meios, em especial a televisão, o que se observa é que esta legislação está obsoleta e carente de modificação. Desta forma, em virtude especialmente da concentração dos grupos empresariais e/ou políticos no domínio dos meios de comunicação mais relevantes e de maior impacto em nosso país, o debate acerca da necessidade de uma nova ou renovada legislação acerca da regulamentação da mídia em nosso país.

Assim como na questão das mídias sociais, também na grande mídia temos posicionamentos distintos acerca da necessidade/viabilidade de regulação de mídia tradicional e social no Brasil, com opiniões diversas e que precisam ser postas em debate em virtude do interesse público.

Por um lado, em síntese, tendo em vista que a sociedade a comunicação e a cultura são direitos e que emissoras de TV aberta, jornal e de rádio (principalmente) são concessões públicas, esperam-se novas ideias que proporcionem uma alteração no cenário atual com a transmissão do conhecimento à sociedade e com o debate do que se tem e o que é preciso para mudar, sendo esta a principal defesa por parte dos entusiastas da proposta, sem confundir a regulação com uma suposta ideia de cerceamento da liberdade de expressão.

Em compensação, por outro lado, acredita-se que é bastante improvável e até perigoso apostar na criação de muitas leis específicas ou numa lei geral de comunicações que possa abarcar todos os sistemas de mídia (público, privado e estatal) e todas as indústrias de comunicação e informação (imprensa, cinema, televisão, telecomunicações, mídias sociais etc.) que possibilitem uma situação de liberdade e ao mesmo tempo controle estatal, num difícil paralelo.

**Enfoque/Encaminhamento:** Abordar em números e relevância o impacto das mídias tradicionais na sociedade brasileira, seja em alcance ou até mesmo em audiência e aquilo que vem sendo apontado como pontos negativos ou que merecem uma intervenção estatal/legal, haja vista o que explanamos anteriormente, quanto a ausência de uma legislação mais atualizada quanto a mídia tradicional. Apontar a viabilidade ou não das propostas que vem sendo levantadas pelas próprias empresas, pelos legisladores ou ainda pelos estudiosos do tema. Trazer para a realidade em que vivemos o futuro destas mídias caso sejam alvos de uma legislação mais rigorosa, especialmente quanto ao posicionamento que as mesmas terão em virtude de estarem, em geral, cercadas de grande interesse econômico e com grande poder de influência, especialmente publicitário.

#### **Questões a serem levantadas:**

#### **QUESTIONAMENTOS A SEREM RESPONDIDOS POR MIM COM BASE NOS LEVANTAMENTOS:**

- Qual o alcance (audiência) dos principais meios de comunicação no Brasil?
- Qual a regulamentação que estes meios de comunicação tem de obedecer atualmente?
- Quais seriam as mudanças mais impactantes a partir das propostas de regulamentação da mídia?
- E as empresas de comunicação, o que pensam? Como se posicionam diante de uma iminente mudança da legislação brasileira?

#### **QUESTÕES PARA DIEGO SILVEIRA – JORNALISTA**

- Na condição de jornalista, você entende que é necessária uma maior regulamentação da mídia e dos meios de comunicação?
- E na Internet/Rede Social, como você observa o seu trabalho haja vista o disparo de diversas notícias sem qualquer fundamento ou apuração?
- Já foi prejudicado em sua atividade profissional por alguma Fake News? Se sim, como ocorreu?
- Na sua visão, o que pode ser melhorado a partir de uma mudança/modernização na legislação?

#### **QUESTÕES PARA FNDC – FORUM NACIONAL PELA DEMOCRATIZAÇÃO DA COMUNICAÇÃO**

- O que é o Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação?
- Por que vocês defendem a regulação da radiodifusão no país?
- Quais as principais reivindicações/propostas que o Fórum entende como primordiais para essa regulamentação?

- Os grandes proprietários da comunicação no Brasil são um problema na distribuição e disseminação de conteúdo em suas respectivas empresas? Como vocês visualizam que estas empresas reagirão, a partir de um novo marco legal?
- O medo da censura tem sido apontado como principal argumento contrário à regulamentação. Para o FNDC, há esse risco?

### **QUESTÕES PARA JOÃO PAULO MACENA – JORNALISTA**

- Como você observa a proposta de regulação da mídia e dos meios de comunicação?
- E na Internet, como você observa o seu trabalho de jornalista a partir da disseminação de notícias sem qualquer fundamento ou apuração?
- Apesar de sua visão contrária, você vislumbra uma possibilidade de mudança na comunicação no Brasil? Como você visualiza a interferência estatal nisso?

#### **Fontes:**

##### SITES OFICIAIS – DADOS HISTÓRICOS

Consulta acerca dos números de usuários das mídias tradicionais no Brasil

##### LEGISLAÇÃO APLICADA

##### PROPOSTAS DOUTRINÁRIAS E LEGAIS

##### POSICIONAMENTO DAS EMPRESAS

##### DIEGO SILVEIRA

##### FORUM NACIONAL PELA DEMOCRATIZAÇÃO DA COMUNICAÇÃO

##### JOÃO PAULO MACENA

#### **Linguagens:**

A linguagem para esta pauta será essencialmente via áudio, com o repasse das informações, apresentação de dados e as respostas para as perguntas acima lançadas, como outras que venham a ser necessárias para o desenvolvimento do segundo episódio deste trabalho, além da entrevista com as fontes supramencionadas em um Radiodocumentário.

## **PAUTA – EPISÓDIOS III - Pertinência temática - o povo e atores envolvidos falam**

Produtor: José Otávio

Tema: PODCAST MÍDIA E COMUNICAÇÃO: A REGULAMENTAÇÃO DA MÍDIA E DAS REDES SOCIAIS NO BRASIL

**Histórico/Sinopse:** No último capítulo/episódio deste Trabalho de Conclusão de Curso – TCC ouviremos a população, parte mais interessada nas questões discutidas acerca da regulamentação da comunicação que, como já afirmamos, é um direito social, como também os principais atores envolvidos: jornalistas, entidades, empresas, enfim, todos que terão que se adaptar a uma nova realidade em caso de mudança na legislação vigente. Além disso, importante questionar como estes atores observam a mídia tradicional e social atualmente, suas anomalias e pontos negativos/positivos.

Apesar dos posicionamentos distintos acerca da necessidade/viabilidade de regulação de mídia tradicional e social no Brasil, é imprescindível ouvirmos o posicionamento destas pessoas, para por em debate público seus interesses em torno da questão com o objetivo de enriquecer e permitir uma crítica mais apurada com relação a este trabalho.

**Enfoque/Encaminhamento:** Ouvir partes interessadas no tema central do trabalho. Questioná-las sobre as questões mais pertinentes acerca do tema e, por que não, estimulá-las a um pensamento mais apurado com questionamentos que por ventura ainda não lhes foram realizados até a presente data. Formalizar um fechamento de trabalho que permita a todos que venham a acessá-lo ter um senso crítico suficientemente satisfatório para elaborar ou modificar o seu pensamento/conclusão acerca do tema. Contribuir para o enriquecimento do debate.

### **Questões a serem levantadas:**

#### **QUESTIONAMENTOS A SEREM RESPONDIDOS POR MIM COM BASE NOS LEVANTAMENTOS:**

- Resumir a regulação da mídia e das redes sociais em outros países
- Qual a situação atual dos projetos no Congresso Nacional?

#### **PERGUNTAS AO SINDICATO DOS JORNALISTAS**

- Qual é a posição do Sindicato dos Jornalistas acerca da necessidade de uma nova regulamentação da mídia tradicional (TV, Rádio e Jornal)?
- Como o sindicato vem atuando e defendendo essa regulamentação?
- Como uma regulamentação poderia transformar o cenário do jornalismo em Alagoas?
- Quais são as principais queixas ou falhas que você enquanto representante da classe dos

jornalistas observa acerca da comunicação em geral no Brasil?

- Os profissionais de jornalismo têm buscado novas formas de atuação para escapar da hegemonia da mídia corporativa, o chamado jornalismo independente. Como o Sindicato percebe esse novo cenário?

#### **PERGUNTAS AO ESPECIALISTA VITOR BLOTTA**

- O que você pensa acerca da necessidade de regulamentação das Redes Sociais e da Internet, em geral?
- Quais são os pontos principais que devem ser observados em uma possível mudança da legislação?
- No cenário atual, você visualiza uma mudança realmente satisfatória em um futuro próximo na comunicação no Brasil?
- O que fazer para aprimorar o uso das redes sociais e dos meios de comunicação, caso as normas atuais permaneçam inalteradas?
- Você entende que as Fake news são o principal problema de hoje e do futuro com relação a comunicação das pessoas? Há solução?

#### **PERGUNTAS AO POVO – MATHEUS N.**

- O que você acha da grade de programação dos canais de rádio e tv que você assiste? Falta alguma coisa?
- Como as notícias do seu bairro ou cidade aparecem no rádio, na televisão ou no jornal?
- Qual é o principal modo de se informar hoje em dia? Você confia no que vê nas redes sociais?
- Você acha que as plataformas digitais (instagram, whatsapp, facebook) poderiam fazer alguma coisa para impedir a propagação de fakenews?

#### **PERGUNTAS AO POVO – PROFESSORA SANDRA**

- Você já ouviu falar em regulamentação da mídia? Se sim, qual a sua opinião e porquê?
- Você acompanha as mídias mais tradicionais (TV e Rádio)? O que você acha da programação? É adequada e representa a sociedade brasileira?
- E quanto as redes sociais, você as utiliza? Se sim, entende que há a necessidade de um controle das publicações dos usuários?

#### **PERGUNTAS AO POVO – MARIA APARECIDA**

- Como é que você se informa do que acontece na sua cidade? O rádio ou a televisão ajudam nisso ou só aparece notícias de fora?
- O que você acharia de uma lei que impedisse que as emissoras de rádio e televisão fossem de um único dono (normalmente políticos ou da família deles)?

#### **Fontes:**

SITES OFICIAIS – DADOS HISTÓRICOS

Consulta acerca dos números de usuários das mídias tradicionais no Brasil

LEGISLAÇÃO APLICADA

PROPOSTAS DOUTRINÁRIAS E LEGAIS

POSICIONAMENTO DAS EMPRESAS

SINDICATO DOS JORNALISTAS

PROF. VITOR BLOTTA - USP

POPULAÇÃO

**Linguagens:**

A linguagem para esta pauta será essencialmente via áudio, com a realização de mini entrevistas com as fontes através da realização de perguntas acima indicadas e as suas respectivas respostas, como outras que venham a ser necessárias para o desenvolvimento do terceiro episódio deste trabalho.

## APÊNDICE B – ROTEIROS DOS EPISÓDIOS

TÍTULO DO PODCAST: Mídia e Comunicação

EPISÓDIO: EPISÓDIO I - Abordagem das Mídias Sociais

LOCUTOR: José Otávio Silveira

ENTREVISTADOS: Lucas Maia – Agência Tatu e João Victor Archegas – Its Rio

TEMPO: 27’23’’

TÉCNICA LOCUÇÃO TEMPO

BG Abertura programa 5’’

LOC: OTÁVIO - OLÁ! EU SOU JOSÉ OTÁVIO, ESTUDANTE DE JORNALISMO DA UFAL, ESSE É O PRIMEIRO DE UMA SÉRIE DE TRÊS PODCASTS NO QUAL VAMOS ABORDAR A REGULAMENTAÇÃO DA MÍDIA NO BRASIL. COM DADOS, ENTREVISTAS E OPINIÕES, VAMOS DETALHAR E DISCUTIR UM POUCO MAIS DESSE TEMA E AJUDAR VOCÊ, QUE ME OUVES, A COMPREENDER UM POUCO MAIS SOBRE ESSA QUESTÃO. NESSE EPISÓDIO, O FOCO SERÁ A REGULAMENTAÇÃO DAS PLATAFORMAS DIGITAIS, E PARA ISSO A GENTE VAI CONVERSAR COM LUCAS MAIA, DA AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO TATU AQUI DE ALAGOAS E COM JOÃO VICTOR ARHEGAS DO INSTITUTO DE TECNOLOGIA E SOCIEDADE DO RIO DE JANEIRO, O ITS RIO. MAS ANTES DE INICIARMOS, LANÇO AQUI UM QUESTIONAMENTO PARA VOCÊS: A REGULAMENTAÇÃO DA MÍDIA NO BRASIL É NECESSÁRIA? APÓS ESTES PODCASTS, ESPERO QUE VOCÊS TENHAM O POSICIONAMENTO CAPAZ DE RESPONDER. FICA COM A GENTE PARA TER A SUA OPINIÃO! 71’’

BG VINHETA 5’’

LOC: OTÁVIO - NESTE EPISÓDIO DO PODCAST “MÍDIA E COMUNICAÇÃO” VAMOS DISCUTIR UM TEMA QUE TEM GERADO DEBATES ACALORADOS E PONTOS DE VISTA BEM DISTINTOS: A REGULAMENTAÇÃO DAS MÍDIAS SOCIAIS. COMO SABEMOS, AS REDES SOCIAIS ESTÃO CADA VEZ MAIS PRESENTES EM NOSSAS VIDAS E DE ACORDO COM NÚMEROS RECENTES DA EMPRESA STATISTA, UM BANCO INTERNACIONAL DE ESTATÍSTICAS E ANÁLISE DE DADOS RELATIVOS A INTERNET, CERCA DE CENTO E CINQUENTA E NOVE MILHÕES DE PESSOAS USAM PELO MENOS UMA REDE SOCIAL NO BRASIL. SEGUNDO O MESMO ESTUDO, ESSE NÚMERO DEVE ULTRAPASSAR OS CENTO E OITENTA MILHÕES NO ANO DE DOIS MIL E VINTE E SEIS, E ATINGIR MAIS DE OITENTA POR CENTO DA POPULAÇÃO BRASILEIRA.

LOC: OTÁVIO - EM NOSSO PAÍS, DESDE DOIS MIL E CATORZE, O MARCO CIVIL DA INTERNET É O RESPONSÁVEL POR REGULAR AS REDES SOCIAIS NO PAÍS. MAS ESSA LEI SERIA SUFICIENTE? INFELIZMENTE NÃO. ELA ESTÁ DEFASADA! MUITAS COISAS ACONTECERAM E MUDARAM EM QUASE DEZ ANOS. O MARCO CIVIL DA INTERNET TAMBÉM POSSUI LIMITAÇÕES TEMPORAIS, OU SEJA, SITUAÇÕES QUE HOJE SÃO NECESSÁRIAS E NÃO FORAM OBSERVADAS À ÉPOCA. UMA DELAS É A OMISSÃO DA RESPONSABILIDADE DAS PLATAFORMAS PELAS PUBLICAÇÕES, POR TUDO AQUILO QUE SEUS USUÁRIOS EXPÕEM, ESPECIALMENTE AS CHAMADAS FAKE NEWS. 43”

BG VINHETA 5”

LOC: OTÁVIO - TODAS AS PLATAFORMAS POSSUEM REGRAS PARA IMPEDIR A PUBLICAÇÃO DE CONTEÚDOS CRIMINOSOS OU MENTIROsos, DOS USUÁRIOS, MAS A MAIORIA DESSAS REGRAS APRESENTAM DEFICIÊNCIAS. O GRUPO DAS CINCO MAIORES EMPRESAS DA WEB - GOOGLE, APPLE, META, AMAZON E MICROSOFT – SE DEFENDEM DIZENDO QUE NÃO PODEM IMPEDIR A LIBERDADE DE EXPRESSÃO E QUE É IMPOSSÍVEL CONTROLAR TODAS AS PUBLICAÇÕES. ESSA SITUAÇÃO TEM LEVADO A UM CRESCIMENTO CONSTANTE DE AÇÕES JUDICIAIS. PESSOAS OFENDIDAS OU QUE TEM SUAS VIDAS EXPOSTAS DE FORMA INDEVIDA ACIONAM O A JUSTIÇA PARA QUE DETERMINEM A EXCLUSÃO DAS POSTAGENS. A OMISSÃO DAS PLATAFORMAS E A LACUNA NA LEGISLAÇÃO SÃO SITUAÇÕES QUE FAZEM COM QUE ESSE TEMA SEJA CADA VEZ MAIS DISCUTIDO.

NO SUPREMO TRIBUNAL FEDERAL, UM INQUÉRITO ANALISA O USO DE VERBA PÚBLICA POR POLÍTICOS COM O INTERESSE DIRETO DE PROMOVER DESINFORMAÇÃO, COM A CRIAÇÃO DE NOTÍCIAS FALSAS RELACIONADAS A AUTORIDADES. JÁ NO CONGRESSO NACIONAL, A DISCUSSÃO É EM TORNO DO CHAMADO PROJETO DE LEI DAS FAKE NEWS, O PL VINTE E SEIS TRINTA/DOIS MIL E VINTE, ELABORADO COMO A LEI BRASILEIRA DE LIBERDADE, RESPONSABILIDADE E TRANSPARÊNCIA NA INTERNET. A PROPOSTA TEM GERADO DIVERSOS DEBATES ESPECIALMENTE QUANTO A SUA VIABILIDADE. CONFLITOS DE INTERESSES CERCAM AS OPINIÕES DE AMBOS OS LADOS. AS BIG TECHS TEM FEITO UMA CAMPANHA INCESSANTE CONTRA A APROVAÇÃO DO PROJETO. ENTIDADES RELIGIOSAS OU VINCULADAS À LIBERDADE ECONÔMICA E DE OPINIÃO TAMBÉM SE COLOCAM CONTRA.

BG VINHETA 5”

LOC: OTÁVIO - PARA INICIAR ESSA DISCUSSÃO, ENTREVISTAMOS JOÃO VÍCTOR ARCHEGAS, PESQUISADOR SÊNIO DE DIREITO E TECNOLOGIA DO INSTITUTO DE TECNOLOGIA E SOCIEDADE DO RIO DE JANEIRO (ITS RIO), ESPECIALISTA NA TEMÁTICA. ELE NOS APRESENTOU, PRIMEIRAMENTE, A OPINIÃO DO INSTITUTO ACERCA DO P-L VINTE E SEIS TRINTA. 22”

ENT: JOÃO João Victor – ITS Rio – Resposta 1.mp3 - OLHA, O ITS RIO NÃO TEM [...] [...]QUANDO A GENTE OLHA PRO P L VINTE E SEIS TRINTA, TÁ. 2’24”

LOC: OTÁVIO - E QUANTO AS PRINCIPAIS CRÍTICAS EM RELAÇÃO AO PROJETO, O QUE O INSTITUTO VISUALIZA E PROPÕE? 8”

ENT: JOÃO João Victor – ITS Rio – Resposta 2.mp3 - ALGUMAS DAS CRÍTICAS QUE EU POSSO [...] [...] PRINCIPALMENTE EM RELAÇÃO AO MARCO CIVIL DA INTERNET. 2’36”

LOC: OTÁVIO - JOÃO VICTOR, APESAR DESSAS LIMITAÇÕES QUE VOCÊ APONTA, A REGULAÇÃO DAS PLATAFORMAS DIGITAIS NO BRASIL SE MOSTRA NECESSÁRIA?

ENT: JOÃO João Victor – ITS Rio – Resposta 3.mp3 - OLHA, A REGULAÇÃO DE PLATAFORMAS DIGITAIS É UMA TENDÊNCIA [...] [...] POLÍTICO, NO BRASIL, EM RELAÇÃO ÀS PLATAFORMAS DIGITAIS 2'07''

LOC: OTÁVIO - UMA SITUAÇÃO QUE CHAMA ATENÇÃO COMO ARGUMENTO PARA REGULAÇÃO SE REFERE A GERÊNCIA DOS DADOS E PUBLICAÇÕES DE USUÁRIOS PELAS PLATAFORMAS DIGITAIS. COMO VOCÊ ANALISA ESSA QUESTÃO? 15''

ENT: JOÃO João Victor – ITS Rio – Resposta 4.mp3 - EU NÃO ACHO QUE AS PLATAFORMAS [...] [...] ENTÃO EU VEJO ESSE DEBATE DESSA FORMA. 2'45''

LOC: OTÁVIO - TEMOS OBSERVADO NOS ÚLTIMOS DEZ ANOS É O SURGIMENTO MAÇICO DAS CHAMADAS FAKE NEWS. MAS, AFINAL DE CONTAS, ESSE É UM PROBLEMA QUE O ESTADO TEM O PODER DE INTERFERIR? É UM PROBLEMA QUE TRANSCENDE AS RELAÇÕES INTERPESSOAIS? 17''

ENT: JOÃO João Victor – ITS Rio – Resposta 5.mp3 - OLHA, O ITS TEM UMA POSIÇÃO [...] [...] VOCÊ NÃO TEM UMA SOLUÇÃO ÚNICA. 3'40''

LOC: OTÁVIO - NÓS AGRADECEMOS A JOÃO VITOR, PESQUISADOR SÊNIOR DE DIREITO E TECNOLOGIA DO INSTITUTO DE TECNOLOGIA E SOCIEDADE DO RIO DE JANEIRO (ITS RIO), ESPECIALISTA NA REGULAÇÃO DAS REDES SOCIAIS QUE CONVERSOU COM A GENTE SOBRE A SUA VISÃO E DO INSTITUTO A QUAL ESTÁ VINCULADO, IMPORTANTE NO ESTUDO DESTA TEMÁTICA E QUE NOS ESCLARECEU SOBRE MUITOS PONTOS ACERCA DESTA POSSÍVEL REGULAÇÃO NA MÍDIA BRASILEIRA NO FUTURO. 33''

BG VINHETA 5''

LOC: OTÁVIO - NÃO HÁ DÚVIDAS ACERCA DOS PROBLEMAS QUE AS CHAMADAS FAKE NEWS CAUSAM EM NOSSAS VIDAS. A DISSEMINAÇÃO DESSE TIPO DE CONTEÚDO E AS DÚVIDAS ACERCA DA SUA VERACIDADE ESTÃO PRESENTES DIARIAMENTE EM NOSSA VIDA. EM VIRTUDE DO IMPACTO PREJUDICIAL QUE ESSAS PRÁTICAS DE DESINFORMAÇÃO TÊM GERADO, SURTIRAM UMA GRANDE QUANTIDADE DE AGÊNCIAS DE CHECAGEM. AS AGENCIAS DE CHECAGEM SÃO PORTAIS COM A INTENÇÃO DE ESCLARECER OU CORRIGIR AS NOTÍCIAS FALSAS OU DISTORCIDAS.

LOC: OTÁVIO - UM EXEMPLO DISTO É A PLATAFORMA DANDARA, DE RESPONSABILIDADE DA AGÊNCIA TATU, UMA AGÊNCIA ALAGOANA QUE INICIOU SUA ATIVIDADE EM DOIS MIL E DEZESSETE E JÁ É UM DOS MAIORES PORTAIS DE JORNALISMO DE DADOS EM ÂMBITO REGIONAL. PARA FALAR SOBRE A INICIATIVA DE CHECAGEM DE DADOS DA AGENCIA, CONVERSAMOS COM LUCAS MAIA, DIRETOR DE TECNOLOGIA DA EMPRESA. 25''

ENT: LUCAS Lucas Maia - Ag. Tatu – Resposta 1.mp3 - A PLATAFORMA DANDARA NA VERDADE FOI [...] SABER O QUANTO ESSE CONTEÚDO ESTAVA SENDO COMPARTILHADO NA REDE. 1'42''

LOC: OTÁVIO - LUCAS, A FERRAMENTA DANDARA APRESENTOU PROBLEMAS E FOI, DIGAMOS, SUBSTITUÍDA PELA PÁGINA NORDESTE SEM FAKE. FALA UM

POUCO PRA GENTE SOBRE O QUE ACONTECEU E A CONTINUIDADE DO PROJETO JUNTO A AGÊNCIA TATU DE FORMA REMODELADA. 17”

ENT: LUCAS Lucas Maia - Ag. Tatu – Resposta 2.mp3 - INFELIZMENTE, POR CONTA [...] UMA AMPLIAÇÃO DESSE TRABALHO QUE A GENTE FAZ 1’03”

LOC: OTÁVIO - E QUANTO AOS LEITORES DO PORTAL, O QUE A AGÊNCIA TATU QUER PROPORCIONAR, COM ESTE E OUTROS PROJETOS? QUAL O OBJETIVO CENTRAL? 10”

ENT: LUCAS Lucas Maia - Ag. Tatu - Resposta 3.mp3 - O QUE A GENTE QUER PROPORCIONAR AO LEITOR [...] DAQUELE SELO QUE A GENTE DEU QUE É FALSO OU VERDADEIRO 54”

LOC: OTÁVIO - VOCÊ ACREDITA QUE HÁ POSSIBILIDADE DE EVITAR O DISPARO CONSTANTE DE FAKE NEWS? 5”

ENT: LUCAS Lucas Maia - Ag. Tatu – Resposta 4.mp3 - NA TATU, A GENTE NEM GOSTA DE USAR O TERMO [...] SEM FAZER COM QUE A DESINFORMAÇÃO SE TORNE MAIS POPULAR DO QUE ELA É. 2’20”

LOC: OTÁVIO - NÓS AGRADECEMOS AO LUCAS MAIA, DIRETOR DE TECNOLOGIA DA AGÊNCIA TATU, AGÊNCIA ESTA QUE APRESENTA UM IMPORTANTE TRABALHO NO JORNALISMO DE DADOS EM ALAGOAS E QUE CONVERSOU COM A GENTE SOBRE UM DOS TRABALHOS REALIZADOS PELA AGÊNCIA NO SENTIDO DE COMBATE A DESINFORMAÇÃO. 21”

BG VINHETA 5”

LOC: OTÁVIO - INSTITUIÇÕES DE SEGURANÇA VIRTUAL E DA SOCIEDADE CIVIL ORGANIZADA TEM REIVINDICADO MUDANÇAS NA RELAÇÃO ENTRE AS PLATAFORMAS DIGITAIS E OS USUÁRIOS. AS PRINCIPAIS DELAS SÃO MAIOR TRANSPARÊNCIA, MODERAÇÃO DO FUNCIONAMENTO E AMPLIAÇÃO DAS RESPONSABILIDADE DAS CHAMADAS BIGTECHS. ELAS DEVERIAM TER UM MAIOR CUIDADO QUANTO AO QUE SEUS USUÁRIOS POSTAM. ESSE TAMBÉM É O SENTIMENTO DA MAIORIA DA POPULAÇÃO, SEGUNDO UMA PESQUISA REALIZADA NESTE ANO DE 2023 PELO INSTITUTO ATLAS INTEL. OS RESULTADOS REVELAM QUE SETENTA E OITOS POR CENTO DOS ENTREVISTADOS ENTENDEM QUE DEVE EXISTIR UMA LEI PARA ESTABELECEM REGRAS MAIS CLARAS AO FUNCIONAMENTO DAS REDES SOCIAIS NO PAÍS. A PESQUISA DEMONSTRA UMA POSIÇÃO MACIÇAMENTE FAVORÁVEL PARA INTERVENÇÃO DO CONGRESSO NACIONAL NESTA MATÉRIA. 57”

POR OUTRO LADO, AS CHAMADAS BIG TECHS APRESENTAM TOTAL CONTRARIEDADE A UMA POSSÍVEL E FUTURA MUDANÇA NA LEGISLAÇÃO. EM COMUNICADO ENVIADO PARA A SOCIEDADE DURANTE O ANO DE 2023, AS GIGANTES DA TECNOLOGIA ENTENDEM QUE UM PROJETO DE LEI EM FAVOR DA REGULAÇÃO COLOCA EM RISCO O ACESSO E A DISTRIBUIÇÃO GRATUITA DE CONTEÚDO NA INTERNET E PROIBIRIA AS LICENÇAS DE DIREITOS AUTORAIS DOS CRIADORES. AS EMPRESAS ARGUMENTAM AINDA QUE A APROVAÇÃO DO PROJETO DE LEI QUE TRAMITA NO CONGRESSO ACABARÁ COM A DEMOCRATIZAÇÃO DA PUBLICIDADE PROPORCIONADA PELA INTERNET, PRIVILEGIARÁ ALGUNS GRUPOS DE MÍDIA E PREJUDICARIA MILHÕES DE PEQUENOS E MÉDIOS NEGÓCIOS. 49”

BG VINHETA 5''

O CERTO É QUE ESSA DISCUSSÃO AINDA TERÁ VÁRIOS CAPÍTULOS, POIS PRECISA SER FEITA PELA SOCIEDADE, NO CONGRESSO NACIONAL OU OUTROS ESPAÇOS, COMO ESSE AQUI. AS REDES SOCIAIS SÃO UMA REALIDADE EM NOSSAS VIDAS, MAS QUE DESDE O INÍCIO PROVOCOU DISCUSSÕES QUANTO AO SEU USO. SÃO DISCURSOS FAVORÁVEIS E DESFAVORÁVEIS ACERCA DE COMO ELAS ATUAM E DE COMO SE POSICIONAM PERANTE TODA A SOCIEDADE. COMO TODO ESPAÇO PÚBLICO, PRECISARÁ TER ALGUM PARÂMETRO. 36''

O PODCAST MÍDIA E COMUNICAÇÃO É UMA PRODUÇÃO QUE TEM O OBJETIVO DE GERAR DEBATE E PERMITIR O ENTENDIMENTO DOS OUVINTES. NESSE EPISÓDIO DISCUTIMOS SOBRE REGULAÇÃO DAS REDES SOCIAIS. NO PRÓXIMO EPISÓDIO VAMOS APROFUNDAR A DISCUSSÃO ACERCA DA REGULAÇÃO DAS MÍDIAS TRADICIONAIS – TELEVISÃO E RÁDIO. ATÉ LÁ!

TÍTULO DO PODCAST: Mídia e Comunicação

EPISÓDIO: PODCAST II - Abordagem da Grande Mídia (TV, Rádio e Jornal)

LOCUTOR: José Otávio Silveira

ENTREVISTADOS: Diego Silveira e João Paulo Macena – Jornalistas / Maria José Braga – Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação – FNDC

TEMPO: 21'22''

TÉCNICA LOCUÇÃO TEMPO

BG Abertura programa 5''

LOC: OTÁVIO - OLÁ! EU SOU JOSÉ OTÁVIO, ESTUDANTE DE JORNALISMO DA UFAL, E ESSE É O SEGUNDO DE UMA SÉRIE DE TRÊS PODCASTS NO QUAL VAMOS ABORDAR A REGULAMENTAÇÃO DA MÍDIA NO BRASIL. COM DADOS, ENTREVISTAS E OPINIÕES, VAMOS DETALHAR E DISCUTIR UM POUCO MAIS DESSE TEMA E AJUDAR VOCÊ, QUE ME OUVI, A COMPREENDER UM POUCO MAIS SOBRE ESSA QUESTÃO. DANDO SEQUÊNCIA A NOSSA SÉRIE DE PODCASTS QUE ESTÃO ABORDANDO A REGULAMENTAÇÃO DA MÍDIA EM NOSSO PAÍS, VAMOS DISCUTIR ACERCA DAS MÍDIAS TRADICIONAIS! TELEVISÃO, RÁDIO E JORNAL QUE, SEM DÚVIDA, TEM UM IMPACTO MAIOR EM NOSSAS VIDAS. PARA NOS AUXILIAR NO DEBATE, VAMOS CONVERSAR COM OS JORNALISTAS DIEGO SILVEIRA E JOÃO PAULO MACENA, QUE POSSUEM VISÕES ANTAGÔNICAS SOBRE O TEMA E AINDA ENTREVISTAREMOS MARIA JOSÉ BRAGA, SECRETARIA-GERAL DO FÓRUM NACIONAL PELA DEMOCRATIZAÇÃO DA COMUNICAÇÃO, O FNDC, ÓRGÃO QUE APRESENTA UM IMPORTANTE TRABALHO RELACIONADO AO TEMA CENTRAL DESTES PODCASTS. 1'15''

BG VINHETA 5''

LOC: OTÁVIO - NESTE EPISÓDIO DO PODCAST MÍDIA E COMUNICAÇÃO VAMOS FALAR SOBRE A REGULAMENTAÇÃO DAS MÍDIAS TRADICIONAIS, OU DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO DE MASSA QUE INFLUENCIAM TODA UMA GERAÇÃO. DE ACORDO COM NÚMEROS RECENTES OBTIDOS NO ÚLTIMO MÊS DE AGOSTO POR UM LEVANTAMENTO DA EMPRESA KANTAR IBOPE MEDIA, OS BRASILEIROS GASTAM EM MÉDIA CERCA DE CINCO HORAS E DEZESSETE MINUTOS POR DIA ASSISTINDO TELEVISÃO. MESMO COM UM NÚMERO CRESCENTE DE USUÁRIOS DAS PLATAFORMAS DE STREAMING, A TELEVISÃO AINDA TEM A PREFERÊNCIA TOTAL QUANTO AO TEMPO GASTO PELAS PESSOAS. QUASE OITENTA POR CENTO DO TEMPO DE CONSUMO DOMICILIAR

FOI DEDICADO A TELEVISÃO ABERTA E FECHADA, O QUE DEMONSTRA A FORÇA QUE A TELEVISÃO AINDA POSSUI.

LOC: OTÁVIO - O RÁDIO TAMBÉM MANTÉM SUA RELEVÂNCIA, MESMO DISPUTANDO COM OUTRAS PLATAFORMAS. UMA OUTRA PESQUISA DO KANTAR IBOPE MEDIA, REALIZADA EM 2022, DIZ QUE OITENTA E TRÊS POR CENTO DA POPULAÇÃO BRASILEIRA OUVI RÁDIO NO BRASIL. ESSE NÚMERO REPRESENTA UM AUMENTO DE OUVINTES SE COMPARADO AOS ANOS ANTERIORES DURANTE A PANDEMIA DA COVID-19. O MESMO LEVANTAMENTO TAMBÉM AFIRMA QUE CADA OUVINTE PASSA CERCA DE TRÊS HORAS E CINQUENTA E OITO MINUTOS OUVINDO RÁDIO POR DIA. É IMPORTANTE DESTACAR AINDA O AVANÇO DA RADIO VIA WEB: SETE MILHÕES E QUATROCENTOS MIL PESSOAS OUVEM RÁDIO PELA INTERNET. 48”

BG VINHETA 5”

LOC: OTÁVIO - E O QUE FICA DE CONCLUSÃO DISTO TUDO? A CERTEZA DE QUE, MESMO COM O SURGIMENTO E CRESCIMENTO DAS REDES SOCIAIS, A MÍDIA TRADICIONAL NÃO PERDEU SUA FORÇA. A POPULAÇÃO BRASILEIRA NÃO ABANDONOU E TAMPOUCO DEIXOU DE ATRIBUIR IMPORTÂNCIA AOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO DE MASSA QUE ESTIVERAM SEMPRE PRESENTES EM NOSSAS VIDAS, E POR ISSO O DEBATE E A NECESSIDADE DE UMA REGULÇÃO. 32”

LOC: OTÁVIO - O QUE MUITA GENTE NÃO SABE É QUE ESSA REGULÇÃO JÁ EXISTE EM NOSSO PAÍS, MAS É UMA LEGISLAÇÃO ABSOLUTAMENTE DESATUALIZADA E QUE NÃO CORRESPONDE AOS DIAS ATUAIS. NA DÉCADA DE 1960 FOI SANCIONADO PELO ENTÃO PRESIDENTE DA REPÚBLICA JOÃO GOULART, O CÓDIGO BRASILEIRO DE TELECOMUNICAÇÕES, QUE ESTÁ EM VIGOR ATÉ HOJE. ELE TAMBÉM DEU ORIGEM A OUTRAS LEIS, MAS QUE, INFELIZMENTE, NÃO TROUXERAM AS SOLUÇÕES NECESSÁRIAS PARA OS PROBLEMAS MAIS URGENTES. POR ISSO SE DEFENDE UMA NOVA E MODERNA REGULÇÃO. ALGUMAS DAS LEIS QUE SURGIRAM POSTERIORMENTE FORAM A LEI DA TV A CABO, LEI DAS RÁDIOS COMUNITÁRIAS E A LEI QUE DISCIPLINA A PARTICIPAÇÃO DE CAPITAL ESTRANGEIRO NAS EMPRESAS JORNALÍSTICAS E DE RADIODIFUSÃO. 1’23”

ENTÃO, NADA MELHOR DO QUE OUVIR ALGUÉM QUE TRABALHA NA ÁREA PARA ENTENDER UM POUCO MAIS SOBRE ESSA NECESSIDADE DE MAIOR REGULÇÃO. DIEGO SILVEIRA É JORNALISTA E ATUA NO TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE ALAGOAS. DIEGO, VOCÊ É A FAVOR DE UMA MAIOR REGULÇÃO DA RADIODIFUSÃO, DA TV, DO RÁDIO?

ENT: DIEGO Diego Silveira - Resposta-1.mp3 - EU DIGO QUE SIM, EU ACHO QUE É MUITO IMPORTANTE [...] NÃO ENTENDO DESSA FORMA. 59”

LOC: OTÁVIO - O QUE VOCÊ ACREDITA QUE PODERIA SER MELHORADO A PARTIR DE UMA REFORMA NA LEGISLAÇÃO ATUAL? 7”

ENT: DIEGO Diego Silveira - Resposta-3.mp3 - DURANTE MUITO TEMPO A IMPRENSA [...]” EM RELAÇÃO AOS PROFISSIONAIS QUE ATUAM NA ÁREA 57”

LOC: OTÁVIO - NO SEU TRABALHO COMO JORNALISTA, QUAL É O MAIOR DESAFIO? 4”

ENT: DIEGO Diego Silveira - Resposta-2.mp3 - “EU TRABALHO NA ÁREA DE ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO [...] POR NENHUMA FAKENEWS. 1’10”

LOC: OTÁVIO - DIEGO, MUITO OBRIGADO POR COMPARTILHAR UM POUCO DE SUA VISÃO SOBRE ESSA REGULAMENTAÇÃO, QUE NOS AJUDA A ENTENDER MELHOR ESSE PROCESSO. 10”

BG: TRECHO DE TRILHA 5”

LOC: OTÁVIO - ALÉM DOS PROFISSIONAIS, MUITAS INSTITUIÇÕES TÊM SE MANIFESTADO A FAVOR DE UMA REFORMULAÇÃO NA LEI QUE REGULA A RADIODIFUSÃO NO BRASIL. UMA DESTAS INSTITUIÇÕES É A ORGANIZAÇÃO DA SOCIEDADE CIVIL - FÓRUM NACIONAL PELA DEMOCRATIZAÇÃO DA COMUNICAÇÃO, O FNDC. VAMOS CONVERSAR AGORA COM A SECRETÁRIA-GERAL DO FÓRUM, MARIA JOSÉ BRAGA, QUE TAMBÉM É SECRETÁRIA DA FEDERAÇÃO NACIONAL DOS JORNALISTAS.

PRIMEIRAMENTE, MUITO OBRIGADO POR ATENDER A NOSSO CONVITE. DE INICIO, PODERIA NOS EXPLICAR O QUE É O FORUM NACIONAL PELA DEMOCRATIZAÇÃO DA COMUNICAÇÃO.

ENT: MARIA Maria-Jose-FNDC-Audio-1.mp3 - O FÓRUM NACIONAL PELA DEMOCRATIZAÇÃO DA COMUNICAÇÃO [...] CHEGUE A TODA A SOCIEDADE BRASILEIRA 41”

LOC: OTÁVIO - O FÓRUM DEFENDE TANTO A REGULAÇÃO QUANTO A REGULAMENTAÇÃO DA RADIODIFUSÃO NO BRASIL. POR QUE? 8”

ENT: MARIA Maria-Jose-FNDC-Audio-2.mp3 - O FNDC DEFENDE A REGULAÇÃO DAS COMUNICAÇÕES [...] QUE ESTÃO ESTABELECIDAS NA CONSTITUIÇÃO BRASILEIRA. 1’53”

LOC: OTÁVIO - QUAIS SÃO OS PONTOS QUE VOCÊS ENTENDEM COMO PRIMORDIAIS PARA UMA PROPOSTA CONCRETA DE MUDANÇA NA LEGISLAÇÃO? 9”

ENT: MARIA Maria-Jose-FNDC-Audio-3.mp3 - ENTRE OS ASPECTOS QUE O FNDC ACHA MUITO IMPORTANTE [...] QUE PRECISA SER REGIONALIZADA. 59”

LOC: OTÁVIO - O NOME DO FÓRUM MENCIONA A PALAVRA DEMOCRATIZAÇÃO, E VOCÊ CITOU QUE UM DOS MAIORES PROBLEMAS É A CONCENTRAÇÃO DAS GRANDES EMPRESAS DE COMUNICAÇÃO, QUE ESTÃO EM POUCAS E PODEROSAS MÃOS. COMO VOCÊ ACREDITA QUE ESTES PROPRIETÁRIOS REAGIRIAM EM TORNO DE UM MARCO LEGAL? 21”

ENT: MARIA Maria-Jose-FNDC-Audio-4.mp3 - OS PROPRIETÁRIOS DOS GRANDES MEIOS DE COMUNICAÇÃO [...] QUE OBECEÇAM ÀS REGRAS ESTABELECIDAS. 1’33”

LOC: OTÁVIO - UM DOS ARGUMENTOS CONTRÁRIOS QUE ESTÃO SENDO COLOCADOS É REFERENTE AO RECEIO DE UMA POSSÍVEL CENSURA. PARA O FNDC, HÁ ESSE RISCO? 10”

ENT: MARIA Maria-Jose-FNDC-Audio-5.mp3 - OS DONOS DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO NO BRASIL [...] ISSO PRECISA DE TER UM FIM NO BRASIL. 1’19”

LOC: OTÁVIO - EU AGRADEÇO A SUA PARTICIPAÇÃO, MARIA, A DISPOSIÇÃO

EM CONVERSAR CONOSCO. ACHO QUE FOI MUITO ESCLARECEDOR. 8''

TEC. TRECHO TRILHA 5''

LOC: OTÁVIO - UM OUTRO DADO INTERESSANTE QUE AJUDA A REFLETIR SOBRE A REGULAMENTAÇÃO: NESTE ANO DE 2023, DIVERSAS ENTIDADES QUE REPRESENTAM GRANDES VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO BRASILEIROS SE MANIFESTARAM A FAVOR DA APROVAÇÃO DE UMA LEI QUE TRAGA UMA MAIOR REGULAÇÃO DA MÍDIA TRADICIONAL BRASILEIRA, OU SEJA, EMISSORAS DE TV, RÁDIO E JORNAIS. POR OUTRO LADO, ENTIDADES COMO A ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EMISSORAS DE RÁDIO E TELEVISÃO (ABERT), A ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE JORNAIS (ANJ) E FEDERAÇÃO NACIONAL DAS EMPRESAS DE RÁDIO E TELEVISÃO (FENAERT), TODAS DO SETOR PATRONAL, SÃO A FAVOR DA REGULAÇÃO DAS PLATAFORMAS DIGITAIS, MAS CONTRA A REGULAÇÃO DA RADIODIFUSÃO. É PRA PENSAR. 51''

TEC. TRECHO TRILHA

LOC: OTÁVIO - MAS PRA DAR CONTINUIDADE A ESSE DEBATE, É IMPORTANTE OUVIRMOS TODAS AS VISÕES. O JORNALISTA JOÃO PAULO MACENA TEM UMA OPINIÃO MAIS RETICENTE QUANTO A ESTA POSSIBILIDADE DE MAIOR REGULAÇÃO DA MÍDIA NO BRASIL. JOÃO PAULO, O QUE VOCÊ ACHA DAS PROPOSTAS QUE TÊM SURGIDO NO MEIO POLÍTICO E NA SOCIEDADE? 25''

ENT: JOÃO Joao Paulo Macena - resposta-1.mp3 - ANTES DE TUDO, É IMPORTANTE SALIENTAR QUE [...] INCLUSIVE DE PROGRAMAÇÃO, TAMBÉM.

LOC: OTÁVIO JOÃO PAULO, QUAL É A SUA VISÃO RELATIVA A INTERFERÊNCIA ESTATAL NA COMUNICAÇÃO E NA MÍDIA. VOCÊ ACHA QUE REALMENTE PODEMOS TER UMA MODIFICAÇÃO NA LEGISLAÇÃO EM NOSSO PAÍS? 16''

ENT: JOÃO Joao Paulo Macena- resposta-3.mp3 - EU ACHO QUE SIM, PODE HAVER UMA MUDANÇA [...] DISCUTIR O QUE É MELHOR EM RELAÇÃO À COMUNICAÇÃO AQUI NO BRASIL. 1'50''

LOC: OTÁVIO - VOCÊ TRABALHOU POR MUITO TEMPO E AINDA ATUA ESPECIFICAMENTE COM A MÍDIA NO MUNDO DA INTERNET. COMO VOCÊ PERCEBE A DISSEMINAÇÃO DE NOTÍCIAS SEM QUALQUER FUNDAMENTO OU APURAÇÃO? 14''

ENT: JOÃO Joao Paulo Macena - resposta-2.mp3 - DIANTE DISTO, O TRABALHO DO JORNALISTA [...] DIANTE DESSE CONTEXTO QUE A GENTE VIVE HOJE. 2'29''

LOC: OTÁVIO - MUITO OBRIGADO, JOÃO PAULO, POR TIRAR UM POUCO DO SEU TEMPO PARA CONTRIBUIR COM ESSA DISCUSSÃO. 8''

TÉC. TRECHO TRILHA 5''

LOC: OTÁVIO - OS DEFENSORES DE UMA MAIOR REGULAÇÃO DA MÍDIA, BASEADOS EM DIAGNÓSTICOS E NÚMEROS CONCRETOS, ENTENDEM QUE O CENÁRIO ATUAL INDICA UMA ALTA CONCENTRAÇÃO DE EMISSORAS NAS MÃOS DE POUCOS EMPRESÁRIOS, EMBORA A MONOPOLIZAÇÃO DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO NO BRASIL SEJA PROIBIDA PELA CONSTITUIÇÃO. OUTRO FATOR APONTADO É QUE BOA PARTE DESSES CONGLOMERADOS DA MÍDIA PERTENCEM POLÍTICOS, OU SEJA, DEPUTADOS, SENADORES E GOVERNADORES, MESMO QUE A CONCESSÃO PÚBLICA DE MEIOS DE

COMUNICAÇÃO PARA ESTAS AUTORIDADES SEJA TAMBÉM É VEDADA PELA CONSTITUIÇÃO FEDERAL. APESAR DESTES PONTOS, É IMPORTANTE DESTACAR QUE TAMBÉM EXISTEM RECEIOS REFERENTES A POSSIBILIDADE DE UMA LIMITAÇÃO DO DIREITO A INFORMAÇÃO E DO CONTROLE EXCESSIVO POR PARTE DO ESTADO, SITUAÇÃO ESTA QUE ACABAMOS OBSERVANDO EM PAÍSES COM REGIME AUTORITÁRIO, COMO EM PAÍSES DO ORIENTE MÉDIO, A EXEMPLO DA ARÁBIA SAUDITA E DO IRÃ. TENDO EM VISTA QUE AINDA SOMOS UMA DEMOCRACIA JOVEM, COM MENOS DE QUARENTA ANOS, ALGUNS ATORES NESTA DISCUSSÃO TEMEM O RETORNO DE SITUAÇÕES QUE RELEMBREM O TOTALITARISMO EM NOSSO PAÍS, MESMO QUE AS MUDANÇAS PROPOSTAS TENHAM UM INTERESSE TOTALMENTE DIVERSO, EM UM PRIMEIRO MOMENTO.

BG VINHETA 5''

LOC: OTÁVIO - O PODCAST MÍDIA E COMUNICAÇÃO É UMA PRODUÇÃO QUE TEM O OBJETIVO DE GERAR DEBATE E PERMITIR O ENTENDIMENTO DOS OUVINTES. NESSE EPISÓDIO DISCUTIMOS SOBRE REGULAMENTAÇÃO DA MÍDIA CHAMADA DE TRADICIONAL – TV, RÁDIO E JORNAL. EM NOSSO TERCEIRO E ÚLTIMO EPISÓDIO VAMOS APROFUNDAR A DISCUSSÃO ACERCA DA VIABILIDADE DE UMA MAIOR REGULAÇÃO DIANTE DO CENÁRIO POLÍTICO EM QUE VIVEMOS E AINDA OS PAÍSES QUE TEM UMA REGULAÇÃO MAIS PRESENTE. ATÉ LÁ!

TÍTULO DO PODCAST: Mídia e Comunicação

EPISÓDIO: PODCAST III - Pertinência temática - o povo e atores envolvidos falam

LOCUTOR: José Otávio Silveira

ENTREVISTADOS: Alexandre Lino – Presidente do SINDJORNAL/AL / Prof. Vitor Blotta - Doutor do departamento de Jornalismo e Editoração da Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo – USP / Matheus Nivaldo, Professora Sandra e Maria Aparecida - população

TEMPO: 24'59''

TÉCNICA LOCUÇÃO TEMPO

BG Abertura programa 5''

LOC: OTÁVIO - OLÁ! BEM VINDO AO PODCAST MÍDIA E COMUNICAÇÃO. EU SOU JOSÉ OTÁVIO, ESTUDANTE DE JORNALISMO DA UFAL, E ESSE É O TERCEIRO E ÚLTIMO EPISÓDIO DE UMA SÉRIE DE TRÊS PODCASTS NO QUAL VAMOS ABORDAR A REGULAMENTAÇÃO DA MÍDIA NO BRASIL. COM DADOS, ENTREVISTAS E OPINIÕES, VAMOS DETALHAR E DISCUTIR UM POUCO MAIS DESSE TEMA E AJUDAR VOCÊ, QUE ME OUVES, A COMPREENDER UM POUCO MAIS SOBRE ESSA QUESTÃO. 34''

BG VINHETA 5''

LOC: OTÁVIO - FINALIZANDO NOSSA SEQUÊNCIA, HOJE FALAREMOS DA PERTINÊNCIA E DA POSSIBILIDADE DE UMA MAIOR REGULAÇÃO DA MÍDIA EM NOSSO PAÍS. VAMOS TRAÇAR TAMBÉM UM BREVE PANORAMA MUNDIAL SOBRE O ASSUNTO! CONTAREMOS COM A PARTICIPAÇÃO DO PRESIDENTE DO SINDICATO DOS JORNALISTAS DE ALAGOAS, ALEXANDRE LINO, E DO PROFESSOR DOUTOR DO DEPARTAMENTO DE JORNALISMO DA UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO, VITOR BLOTTA. AMBOS TRARÃO SUAS VISÕES ACERCA DA POSSIBILIDADE E DA NECESSIDADE DE UMA RENOVAÇÃO NA LEGISLAÇÃO NACIONAL. NÓS OUVIMOS AINDA SOBRE A REGULAÇÃO, A MÍDIA TRADICIONAL E AS REDES SOCIAIS, TRÊS CONSUMIDORES QUE CONTRIBUÍRAM COM O ENTENDIMENTO DO TEMA, CONSUMIDORES ESTES DAS MÍDIAS DE MASSA E DIGITAIS. 54''

BG TRILHA 3''

LOC: OTÁVIO - O TEMA REGULAÇÃO DA MÍDIA NÃO É UMA EXCLUSIVIDADE DO BRASIL, PELO CONTRÁRIO. OUTRAS NAÇÕES AO REDOR DO PLANETA JÁ PASSARAM POR SITUAÇÕES SEMELHANTES E POSSUEM LEGISLAÇÕES DEFINIDAS, COM DIFERENCIAÇÕES. ANTES DE PASSARMOS AS ENTREVISTAS, DESTAQUEMOS A SITUAÇÃO DE ALGUNS DESTES PAÍSES, A EXEMPLO DO REINO UNIDO. OS BRITÂNICOS PROMOVERAM DOIS NOVOS ÓRGÃOS IMPRESCINDÍVEIS NA REGULAÇÃO DA MÍDIA LOCAL. A ORGANIZAÇÃO INDEPENDENTE PARA PADRÕES DA IMPRENSA, QUE TEM COMO PRINCIPAL FUNÇÃO O CONTROLE DA IMPRENSA PARA EVITAR QUE EXISTAM REFERÊNCIAS PREJUDICIAIS OU PEJORATIVAS A UM INDIVÍDUO E TAMBÉM A AGÊNCIA REGULADORA DE TELECOMUNICAÇÕES, QUE OBSERVA A GARANTIA DA PLURALIDADE DA PROGRAMAÇÃO DE TVS E RÁDIOS. JÁ EM REFERÊNCIA A INTERNET, OS BRITÂNICOS PROPUSERAM UMA LEGISLAÇÃO CONSIDERADA DURÍSSIMA. A NOVA LEI, JÁ APROVADA NO PARLAMENTO, PREVÊ, ENTRE OUTRAS NORMAS, QUE AS PLATAFORMAS DEVEM REMOVER RAPIDAMENTE CONTEÚDO ILEGAL OU IMPEDIR QUE ELES APAREÇAM, COMO TAMBÉM PROTEGER AS CRIANÇAS, IMPEDINDO O ACESSO A CONTEÚDO PREJUDICIAL E IMPRÓPRIO PARA A IDADE, BEM COMO FORNECER AOS PAIS MANEIRAS CLARAS E ACESSÍVEIS DE RELATAR PROBLEMAS ONLINE QUANDO ELES SURTIREM. EM REPORTAGEM RECENTE, A BANDNEWS FM ATRAVÉS DO JORNALISTA FELIPE KIELING ABORDOU O TEMA.

FELIPE KIELING Felipe – BandNews – Áudio 1.mp3 - POR AQUI EXISTE UM DEBATE MUITO GRANDE SOBRE [...] ESSES SÃO ALGUNS PONTOS QUE O REINO UNIDO PRETENDE LEVAR ADIANTE. 1’48”

LOC: OTÁVIO - AS NOVAS REGRAS IMPOSTAS SERÃO APLICADAS PELO ÓRGÃO REGULADOR LOCAL E, CASO AS PLATAFORMAS DESCUMPRAM O PREVISTO, ESTARÃO SUJEITAS A MULTAS DE ATÉ 18 MILHÕES DE LIBRAS - MAIS DE CENTO E OITO MILHÕES DE REAIS - OU ATÉ DEZ POR CENTO DA SUA RECEITA ANUAL GLOBAL. RELEVANTE DESTACAR QUE, COMO NO BRASIL, A LEGISLAÇÃO PROPOSTA TAMBÉM SOFRE CRÍTICAS. ENTIDADES COMO A WIKIMEDIA FOUNDATION, ORGANIZAÇÃO QUE HOSPEDA A WIKIPÉDIA E O WHATSAPP, TRAZEM AMEAÇAS DE ENCERRAMENTO DE ATIVIDADES NESTE PAÍS, SENDO ALGUMAS DAS EMPRESAS QUE CRITICAM DURAMENTE ESTA NOVA LEI. 44”

BG VINHETA 5”

LOC: OTÁVIO - OUTRO PAÍS QUE TEM UMA LEGISLAÇÃO DESTACADA COM RELAÇÃO A REGULAÇÃO DA MÍDIA É OS ESTADOS UNIDOS. A LEI NORTE AMERICANA EM VIGOR TEM COMO PRINCIPAL CARACTERÍSTICA A REGULAÇÃO DO MERCADO, COM FOCO NAS QUESTÕES ECONÔMICAS. O ÓRGÃO RESPONSÁVEL POR ESTA REGULAÇÃO É DENOMINADO DE COMISSÃO FEDERAL DE COMUNICAÇÕES, AGÊNCIA INDEPENDENTE DO GOVERNO CRIADA EM 1934. NOS ESTADOS UNIDOS A PROPRIEDADE CRUZADA DE MEIOS DE COMUNICAÇÃO É PROIBIDA. DESTA FORMA, UMA MESMA EMPRESA NÃO PODE SER PROPRIETÁRIA DE UM JORNAL E DE UMA ESTAÇÃO DE TV OU DE RÁDIO NA MESMA CIDADE. MESMO INDEPENDENTE, A ATUAÇÃO DA FCC É ACOMPANHADA PELO CONGRESSO AMERICANO, A QUEM A AGÊNCIA DEVE PRESTAR CONTAS, COMO TAMBÉM É SUSCETÍVEL A INTERVENÇÃO DO PODER JUDICIÁRIO. APESAR DESTAS CARACTERÍSTICAS, A LEGISLAÇÃO NORTE AMERICANA NÃO INFLUENCIA OU INTERVÉM NO CONTEÚDO DAS

EMISSORAS, HAJA VISTA QUE, NO ESPÍRITO DA LEI, PARA OS AMERICANOS, MERCADO E OPINIÃO PÚBLICA TEM A FUNÇÃO DIRETA DE REGULAÇÃO AUTOMÁTICA DO CONTEÚDO.

BG VINHETA 5”

LOC: OTÁVIO - OUTRO PAÍS QUE MERECE UMA ATENÇÃO REFERENTE A LEGISLAÇÃO QUE REGULA OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO É A ARGENTINA. PROPOSTA POR CRISTINA KIRCHNER, POLÍTICA COM IDEIAS SEMELHANTES AO ATUAL GOVERNO BRASILEIRO, A LEGISLAÇÃO, EM VIGOR DESDE DOIS MIL E NOVE, SOFREU VÁRIAS INTERVENÇÕES A PARTIR DA MUDANÇA GOVERNAMENTAL E POLÍTICA, SITUAÇÃO QUE É TAMBÉM CORRIQUEIRA AQUI NO BRASIL. A LEI TEVE COMO PRINCIPAIS OBJETIVOS O COMBATE A DESCENTRALIZAÇÃO DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO, INCENTIVANDO A COMPETIÇÃO NO SETOR E A PRODUÇÃO NACIONAL E LOCAL DE CONTEÚDO. ALÉM DISTO, FOI CRIADA A AUTORIDADE FEDERAL DE SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO AUDIOVISUAL, ÓRGÃO FISCALIZADOR QUE TAMBÉM TEM O DEVER DE ATENDER AS RECLAMAÇÕES DA POPULAÇÃO REFERENTES À MÍDIA. CONTUDO, COM O FIM DO MANDATO DE KIRCHNER E A ELEIÇÃO DO CANDIDATO OPOSICIONISTA TUDO MUDOU. MAURÍCIO MACRI DETERMINOU VÁRIAS MODIFICAÇÕES NA LEI, SEM QUALQUER ANÁLISE DO CONGRESSO. UMA DESTAS MUDANÇAS DETERMINOU A CRIAÇÃO DO ENTE NACIONAL DE COMUNICAÇÕES, QUE SUBSTITUIU AS AUTORIDADES FEDERAIS DE SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO AUDIOVISUAL E DE TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO E DAS COMUNICAÇÕES. DESTA FORMA, A REGULAÇÃO DA MÍDIA NA ARGENTINA FOI VISTA DE FORMA DISTORCIDA DE SEU REAL INTUITO, HAJA VISTA QUE A NORMATIZAÇÃO FOI LEVADA A UM CONTEXTO DE PERSEGUIÇÃO POLÍTICA E DE INTERFERÊNCIA NOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO, O QUE NÃO PODE SE REPETIR NO BRASIL, CASO EFETIVAMENTE HAJA UMA MODIFICAÇÃO NA LEGISLAÇÃO BRASILEIRA.

BG TRILHA

LOC: OTÁVIO - MESMO COM ESSE RISCO DE POLARIZAÇÃO, QUE ESTÁ PRESENTE NO NOSSO CONTEXTO POLÍTICO ATUAL, ALGUMAS ENTIDADES DEFENDEM A URGÊNCIA DE UMA REGULAMENTAÇÃO, COMO É O CASO DO SINDICATO DOS JORNALISTAS DE ALAGOAS. NÓS VAMOS CONVERSAR AGORA COM O PRESIDENTE DO SINDICATO, O JORNALISTA ALEXANDRE LINO. ALEXANDRE, CONTA PRA GENTE QUAL A POSIÇÃO DO SINDICATO DOS JORNALISTAS ACERCA DA NECESSIDADE DE UMA NOVA REGULAMENTAÇÃO DA MÍDIA TRADICIONAL. 32”

ENT. ALEXANDRE Alexandre Lino - Sindjornal - Resposta 1.mp3 - NA CONDIÇÃO DE PRESIDENTE DO SINDICATO [...] INCLUSIVE REGULAMENTAÇÃO PARA AS BIGTHECS. 1’37”

LOC: OTÁVIO - DIANTE DESTA POSIÇÃO FIRME, O QUE O SINDICATO VEM FAZENDO EM DEFESA DESTA REGULAMENTAÇÃO? 7”

ENT. ALEXANDRE Alexandre Lino - Sindjornal - Resposta 2.mp3 - NÓS NOS JUNTAMOS A FENAJ NA DEFESA DAS BANDEIRAS [...] E DA ATUALIZAÇÃO DO SETOR DE COMUNICAÇÃO. 1’12”

LOC: OTÁVIO - E QUANTO AO NOSSO CENÁRIO LOCAL EM ALAGOAS, COMO UMA REGULAMENTAÇÃO AFETARIA POSITIVA OU NEGATIVAMENTE NO

JORNALISMO? 8''

ENT. ALEXANDRE Alexandre Lino - Sindjornal - Resposta 3.mp3 - EXCELENTE PERGUNTA! COM ESSA ATUALIZAÇÃO DA PROFISSÃO [...] DOS TEXTOS QUE JÁ ESTÃO PRODUZIDOS. 1'37''

LOC. OTÁVIO - ALEXANDRE, MUITO OBRIGADO POR CONTRIBUIR PARA ESSE DEBATE. 3''

BG: TRECHO DE TRILHA 5''

LOC: OTÁVIO - MAS O QUE PENSA O PÚBLICO, O LEITOR, OUVINTE, TELESPECTADOR, INTERNAUTA? PARA SABER MELHOR SEU PONTO DE VISTA, CONVERSAMOS COM ALGUNS DELES. PRIMEIRO, MATHEUS, ESTUDANTE UNIVERSITÁRIO, QUE DECLAROU NÃO ASSISTIR TV E NÃO ESCUTAR RÁDIO. ALÉM DISTO, ELE SE INFORMA PRINCIPALMENTE PELOS SITES E REDES SOCIAIS, APESAR DE NÃO CONFIAR EM TUDO QUE LÊ E VÊ NESSES AMBIENTES. SOBRE A REGULAÇÃO DESSAS PLATAFORMAS, ELE EXPRESSOU SUA OPINIÃO: 33''

ENT: MATEUS Matheus Nivaldo - Resposta IV.mp3 - AS REDES SOCIAIS DEVEM CRIAR SOLUÇÕES [...] NÃO POSSO FALAR SOBRE O FACEBOOK. 1'03''

LOC: OTÁVIO - UM FENÔMENO INTERESSANTE FOI RESSALTADO POR MATHEUS! OS JOVENS QUE NÃO ASSISTEM TELEVISÃO, NEM OUVEM RÁDIOS E TAMPOUCO LEEM JORNAIS. ESTE FENÔMENO SE ACENTUOU A PARTIR DO ALCANCE DA INTERNET E DO AVANÇO DAS REDES SOCIAIS. DE ACORDO COM PESQUISA RECENTE PROMOVIDA PELA AGÊNCIA REGULADORA BRITÂNICA, OS JOVENS ENTRE DEZESSEIS E VINTE E QUATRO ANOS ASSISTEM QUASE SETE VEZES MENOS TELEVISÃO DO QUE PESSOAS COM SESENTA E CINCO ANOS OU MAIS, PASSANDO EM MÉDIA MENOS DE UMA HORA DIÁRIA EM FRENTE À TV, O QUE CONFIRMA O DESINTERESSE. EM VIRTUDE DESTA NOVA REALIDADE, NO CASO DE UMA MAIOR REGULAMENTAÇÃO ESTATAL DA MÍDIA, OS JOVENS SE AFASTARIAM AINDA MAIS OU SE AGREGARIAM NOVAMENTE ÀS MÍDIAS TRADICIONAIS? 56''

BG: TRECHO DE TRILHA 5''

LOC: OTÁVIO - ACRESCENTANDO AO NOSSO CONTEÚDO E DEBATE, TAMBÉM ENTREVISTAMOS DUAS OUTRAS PESSOAS COM CONDIÇÕES SOCIAIS E VISÕES ORIGINARIAMENTE DISTINTAS. A PROFESSORA SANDRA SANTOS E A GARI MARIA APARECIDA QUE APRESENTARAM SEUS PONTOS DE VISTA. SANDRA, VOCÊ JÁ OUVIU FALAR EM REGULAMENTAÇÃO DA MÍDIA? SE JÁ OUVIU, O QUE PENSA SOBRE O TEMA?

ENT: SANDRA Sandra – Áudio 2.mp3 - COM RELAÇÃO A REGULAMENTAÇÃO DAS MÍDIAS [...] COM A QUESTÃO DA IMPRENSA E OUTROS ATORES QUE ESTÃO ENVOLVIDOS 1'04''

LOC: OTÁVIO - E AS REDES SOCIAIS, VOCÊ AS UTILIZA? ENTENDE QUE HÁ A NECESSIDADE DE UM CONTROLE DAS PUBLICAÇÕES DOS USUÁRIOS? 9''

ENT: SANDRA Sandra – Áudio 5.mp3 - COM RELAÇÃO AS MÍDIAS, AS REDES SOCIAIS NO CASO [...] UMA QUESTÃO QUE PRECISA SER DEBATIDA E DISCUTIDA COM CERTEZA 1'37''

BG: TRECHO DE TRILHA 5''

LOC: OTÁVIO - COM PERSONALIDADE E VIVÊNCIA TOTALMENTE DISTINTA DE SANDRA, OUVIMOS TAMBÉM MARIA APARECIDA, GARI NA CIDADE DE COLÔNIA LEOPOLDINA, INTERIOR DO ESTADO. MARIA, COMO É QUE VOCÊ SE INFORMA DO QUE ACONTECE NA SUA CIDADE? 16”

ENT: MARIA Maria Aparecida – Áudio 1.mp3 - A NOSSA CIDADE É PEQUENA, EU NUNCA VI SAIR NOTÍCIA [...] MAS OUTRA COISA, NÃO. 29”

LOC: OTÁVIO - O TEMA DO NOSSO TRABALHO É A REGULAMENTAÇÃO E CONCENTRAÇÃO DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO. QUANTO A ISTO, O QUE VOCÊ ACHARIA DE UMA LEI QUE IMPEDISSE QUE AS EMISSORAS DE RÁDIO E TELEVISÃO FOSSEM DE UM ÚNICO DONO - NORMALMENTE POLÍTICOS OU DA FAMÍLIA DELES? 22”

ENT: MARIA Maria Aparecida – Áudio 3.mp3 - EU ACHO ISSO UM ABSURDO [...] E NÃO O POLÍTICO. 46”

LOC: OTÁVIO - AGRADECEMOS A SANDRA SANTOS E MARIA APARECIDA POR CONTRIBUIR COM O NOSSO TRABALHO E OPINAR ACERCA DESTE IMPORTANTE TEMA PARA O FUTURO PRÓXIMO DO NOSSO PAÍS. 11”

BG: TRECHO DE TRILHA 5”

LOC: OTÁVIO - PARA COLABORAR TAMBÉM COM ESSA DISCUSSÃO RELATIVA A REGULAÇÃO DA MÍDIA NO BRASIL, CONTAMOS COM A PARTICIPAÇÃO DE UM ESPECIALISTA NO ASSUNTO QUE JÁ PUBLICOU VÁRIOS ARTIGOS SOBRE O TEMA. O PROFESSOR VITOR BLOTTA, DOUTOR DO DEPARTAMENTO DE JORNALISMO E EDITORAÇÃO DA ESCOLA DE COMUNICAÇÃO E ARTES DA UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO. PROFESSOR, OBRIGADO POR ACEITAR NOSSO CONVITE. PRA COMEÇAR, O QUE VOCÊ PENSA ACERCA DA NECESSIDADE DE REGULAMENTAÇÃO DAS REDES SOCIAIS E DA INTERNET, EM GERAL? 39”

ENT: VITOR Prof. Vitor Blotta - Audio 1.mp3 - EM RELAÇÃO A NECESSIDADE DE REGULAMENTAÇÃO [...] DENTRO DOS SEUS APLICATIVOS. 1’40”

LOC: OTÁVIO - QUAIS SÃO OS PONTOS PRINCIPAIS QUE DEVEM SER OBSERVADOS EM UMA POSSÍVEL MUDANÇA DA LEGISLAÇÃO? 8”

ENT: VITOR Prof. Vitor Blotta - Audio 2.mp3 - QUANDO A GENTE PENSA NOS PRINCIPAIS PONTOS [...] SE FAZER ESSE USO ECONÔMICO. 2’15”

LOC: OTÁVIO - NO CENÁRIO ATUAL, VOCÊ VISUALIZA UMA MUDANÇA REALMENTE SATISFATÓRIA EM UM FUTURO PRÓXIMO NA COMUNICAÇÃO NO BRASIL? 9”

ENT: VITOR Prof. Vitor Blotta - Audio 3.mp3 - NO CENÁRIO ATUAL, EU VEJO DIFICULDADES DE MUDANÇA [...] PARA IMPLEMENTAR ESSAS MUDANÇAS NO LEGISLATIVO. 2’34”

LOC: OTÁVIO - CASO AS NORMAS ATUAIS PERMANEÇAM INALTERADAS, O QUE FAZER PARA APRIMORAR O USO DAS REDES SOCIAIS E DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO? 10”

ENT: VITOR Prof. Vitor Blotta - Audio 4.mp3 - UMA MANEIRA DE SE IMPLEMENTAR MAIS NORMAS [...] ESSE É UM CAMINHO MAIS NA ÁREA JURÍDICA. 3’28”

LOC: OTÁVIO - AGRADEÇO AO PROFESSOR VITOR BLOTTA, ESPECIALISTA E CONHECEDOR AMPLO DO ASSUNTO DESTA PODCAST. CERTAMENTE ENRIQUECEU NOSSO CONTEÚDO E TAMBÉM AJUDOU A VOCÊ, OUVINTE, TIRAR CONCLUSÕES SOBRE O TEMA. 14”

BG VINHETA 5” - LOC: OTÁVIO POIS BEM, ENTREVISTAMOS VÁRIAS PESSOAS, COLHEMOS VÁRIOS POSICIONAMENTOS E ANALISAMOS DIVERSAS NUANCES ACERCA DE UMA POSSÍVEL ALTERAÇÃO NA REGULAÇÃO DA MÍDIA NO BRASIL. AO NOSSO VER, A CHAMADA DEMOCRATIZAÇÃO DA MÍDIA É UM DESAFIO QUE PRECISA SER ENCARADO PELA SOCIEDADE E SEUS REPRESENTANTES. EFETIVAMENTE, OBSERVAMOS UMA CONCENTRAÇÃO PREOCUPANTE DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO DE MASSA EM POUCAS MÃOS, O QUE NÃO DEVE ACONTECER EM UMA SOCIEDADE DEMOCRÁTICA. AS REDES SOCIAIS TRANSFORMARAM AS NOSSAS RELAÇÕES DE COMUNICAÇÃO INTERPESSOAL E DE DIVULGAÇÃO DE NOTÍCIAS, PORÉM, TAMBÉM EXIGEM UM CONTROLE E UM CUIDADO MAIOR. PARA ISSO, É PRECISO DISPONIBILIZAR CONHECIMENTO E PROMOVER DISCUSSÕES DESPOLITIZADAS. É INVIÁVEL, SEM UM DEBATE AMPLO, ALCANÇARMOS UM CONSENSO OU UMA PROPOSTA QUE ALCANCE E SATISFAÇA OS PRINCIPAIS ATORES. OUTRO PONTO BASTANTE ENFATIZADO NAS ENTREVISTAS AQUI: O CENÁRIO BRASILEIRO ATUAL NÃO É FAVORÁVEL PARA UMA MUDANÇA EFETIVAMENTE NECESSÁRIA. APESAR DA ATUAÇÃO DO GOVERNO FEDERAL EM FAVOR DESTA SITUAÇÃO, O CLIMA POLÍTICO CONFLITUOSO E DE RIVALIDADE, SOMADO AO LOBBY INCESSANTE DAS BIG TECHS, PREJUDICA UMA REGULAMENTAÇÃO EFETIVA, NO MOMENTO. MAS, NOS PARECE EVIDENTE QUE O BRASIL DEVERÁ SE DEBRUÇAR SOBRE ESTE TEMA E EFETIVAMENTE MODIFICAR SUA LEGISLAÇÃO PENSANDO NO HOJE E, MAIS AINDA, NO FUTURO DAS COMUNICAÇÕES. MUITO OBRIGADO A VOCÊ QUE NOS ACOMPANHOU ATÉ AQUI, E ATÉ UMA PRÓXIMA!

LOC: OTÁVIO - ESSE PODCAST FOI PRODUZIDO POR MIM, JOSÉ OTÁVIO SILVEIRA, COM APOIO TÉCNICO DE RICARDO MORESI, EDITOR DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS, COMO TRABALHO DE CONCLUSÃO DO CURSO DE JORNALISMO DA UFAL. A ORIENTAÇÃO FOI DO PROFESSOR MARCOS CARVALHO.