



Reflexão da História das Políticas Públicas de Comunicação no Brasil¹

Júlia LIMA²

Rafiza VARÃO³

Universidade Católica de Brasília, Taguatinga, DF

RESUMO

Este artigo pretende ser uma aproximação inicial à história das políticas públicas de comunicação criadas no Brasil. Percebemos que há ausência de conceituação do que é política pública de comunicação, que o rádio foi o precursor de muitas mudanças na comunicação e na formulação de leis que fomentam as políticas públicas de comunicação e que, ainda, há, também, necessidade de uma reformulação nas leis que regulam a comunicação no Brasil. Além disso, serão feitos alguns levantamentos dos caminhos (viáveis) usados por comunicólogos brasileiros na discussão e (possíveis) proposições de Políticas Públicas para Comunicação.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação, políticas, regulamentação

Introdução

Ao abordar os aspectos ligados a conceituação sobre políticas públicas, perceberemos que a problematização desta agenda inicia na conceituação. A base teórica é escassa nos temas relacionados às políticas públicas de comunicação.

Uma análise sobre o panorama histórico das políticas públicas de comunicação, que principia em meados do século XIX e acelera com as profundas transformações ocorridas a partir da convergência dos meios de comunicação, vai demonstrar que a base é o interesse da burguesia e de alguns políticos em elevarem o próprio capital e manter o status quo.

A história das políticas públicas de comunicação é baseada no enfrentamento de várias dificuldades encaradas ao longo da evolução tecnológica. O advento do rádio é o

¹ Trabalho apresentado na Divisão: Comunicação Espaço e Cidadania, da Intercom Júnior – V Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante de Graduação 8º semestre do Curso de Jornalismo da UCB-DF, email: jmlnatureza@gmail.com

³ Orientador do Trabalho: Professora do Curso de Jornalismo da UCB – DF, email: rafiza@gmail.com



precursor deste avanço, ele inaugura algumas questões extremamente problemáticas na produção de políticas públicas de comunicação no Brasil.

A legislação criada a partir destas problematizações regula alguns meios de comunicação e faz com que parte da população acredite que esta temática caminha para o progresso. Entretanto, o resultado, apesar dos avanços, não é o esperado. Vamos perceber ao longo deste artigo que o Brasil tem diversas deficiências no processo regulatório da comunicação e que as políticas públicas de comunicação estão marcadas pela presença forte em atender interesses da elite brasileira.

Porque o Brasil, após mais de 60 anos de história, ainda carece de políticas públicas de comunicação? Porque, em tantos anos, ainda existe, inclusive, problemas com a conceituação?

A Comunicação é uma área marcada pela interdisciplinaridade, o que poderia estimular um esforço maior nas pesquisas principalmente no que se refere às políticas públicas de comunicação, veremos no histórico que não é este o caminho, embora haja avanço na elaboração.

Além disso, as reflexões realizadas por comunicólogos e teóricos brasileiros sobre as políticas públicas de comunicação, expõem a necessidade de permeação com um novo modelo de regulação dos meios de comunicação. A participação efetiva da sociedade civil nesta questão é vista como fundamental para que ocorra a real democratização midiática.

As políticas públicas firmam a promoção do desenvolvimento e de uma ordem social menos injusta e excludente e incentivam a cidadania. Contudo, é indispensável que a sociedade brasileira se torne protagonista destas ações. Ao discorrer por estes caminhos que propomos percorrer parte da história das políticas públicas de comunicação.

Política Pública: conceituação

No dicionário Aurélio Buarque de Holanda Ferreira a política é definida como: “conjunto dos fenômenos e das práticas relativos ao Estado ou a uma sociedade; arte e ciência de bem governar, de cuidar de negócios públicos”. E a palavra pública como: “feminino de público, que quer dizer relativo ou destinado ao povo, à coletividade; que é do uso de todos”.



Por outro lado, conforme Maria Helena Guimarães de Castro (2008), “a ciência política define, tradicionalmente, através dos autores Bruno Jobert e Pierre Miller (1987) que a *política pública é o Estado em ação*”. Seria uma inverdade se disséssemos que todas as políticas públicas são estatais, pois este não é o intuito dos referidos autores. O objetivo deles é afirmar que nas políticas públicas, é indispensável à presença expressiva do Estado como um dos agentes destas políticas. Ou seja, o Estado é primordial na elaboração, articulação, mobilização e regulação dos diferentes setores da sociedade envolvidos no processo das políticas públicas.

Em relação às políticas públicas de comunicação, as fontes de pesquisa são insuficientes, com teorias sem consistência para discutir a temática profundamente e restrito apenas a alguns setores da comunicação. Nem mesmo o Ministério das Comunicações oferece um conceito consistente do significado de políticas públicas de comunicação no Brasil. Entretanto, Luiz Signates vai explicar, partindo dos conceitos estudados por Heloíza Matos, que

Comunicação política envolve toda e qualquer relação Estado/Sociedade, mediatizada ou não; comunicação governamental se refere às redes formais de comunicação das organizações públicas, caracterizadas pela propaganda ideológica; comunicação social é um conceito amplo, cunhado pela igreja, em uma encíclica papal, que se reveste de uma abordagem social, pedagógica e até, religiosa; e por fim, comunicação pública diz respeito diretamente às relações de comunicação no âmbito da consolidação da democracia, envolvendo noções de enorme importância e grande atualidade, como participação popular, direitos humanos, cidadania e esferas públicas (Signates, 2003, p. 8)

O conceito apresentado acima é provavelmente o mais consistente se lembrarmos que a Comunicação é uma área marcada por contribuições interdisciplinares e que precisa ser embasada e estudada com todas as suas particularidades inclusive as pesquisas teóricas sobre o tema em questão.

Análise do panorama histórico das políticas públicas de Comunicação

A revolução iniciada no século XIX e continuada no século XX juntamente com a tendência que segue nos dias atuais para convergência entre comunicação, telecomunicações, informática são, sem dúvida, contribuintes para relação entre política e comunicação.



O advento do rádio, que nasceu a partir do avanço tecnológico, e todos os outros meios que o acompanharam trouxeram também o compromisso com algumas agendas em torno de temas vitais para a sociedade.

No Brasil os meios de comunicação tiveram um crescimento significativo após o golpe militar de 64, principalmente as emissoras de rádio e televisão. A classe dominante aproveita-se deste crescimento para usufruir da radiodifusão na reprodução do capital e na manutenção da aparência de poder perante a sociedade burguesa.

Além disso, o avanço da tecnologia permitiu a engrenagem dos meios de comunicação no debate público. Este é, talvez, grande motivo para a mídia ser considerada o quarto poder.

A Agência de Notícias do Direito da Infância (ANDI) cita, na publicação *Mídia e Políticas Públicas de Comunicação*, através de uma reiteração feita pelo jurista Ruy Barbosa, que “de todas as liberdades, é a da imprensa a mais necessária e mais conspícua; sobranceia e reina sobre as demais; Não por outra razão ganhou força nos últimos anos, entre diferentes teóricos, a idéia de que a mídia mais do que um ator relevante da democracia, representaria um quarto poder”.

Entretanto, este quarto poder tem um papel distorcido na história das políticas públicas de comunicação no Brasil. A história dos meios de comunicação no país estão marcados pelas concessões de emissoras de rádio e televisão, que os conduziu a se tornarem moeda de troca ligada a favores políticos. Bruno dos Santos contextualiza que

As políticas de comunicação do Estado Capitalista brasileiro desempenham o papel de manutenção da dominação da classe detentora do capital nacional e internacional sobre o conjunto da classe trabalhadora. Na medida em que foram inspiradas pelo pensamento liberal-democrata, estas políticas sempre procuram no desenvolvimento da comunicação no Brasil privilegiar as mesmas classes proprietárias que compartilham do poder político no país desde os tempos colônias (SANTOS, 2006, p. 2)

Com uma origem autoritária, as políticas públicas de comunicação no Brasil não incluem a sociedade civil, principal interessada, como protagonista relevante nos debates e na sua formulação. Desta forma, a gênese mal elaborada e executada das políticas públicas de comunicação no Brasil prospera ainda nos dias atuais.

A ausência de democratização e socialização da informação insiste na continuidade deste processo autoritário na agenda comunicação e política, conforme ressalta Antônio Canelas Rubim



A atualidade do enlace comunicação e política – com tudo que isso implica em termos de resignificação temática – pode também se ressaltada por sua inscrição em um mundo submetido ao neoliberalismo e ao pensamento único, no qual a realização da democracia política e social torna-se sempre problemática e, ao mesmo tempo, cada vez mais necessária, pois da radicalidade do aprofundamento democrático, político e social, dependem a imaginação e a potência das alternativas societárias que possam ser construídas (RUBIM, 2000, p. 8)

Há algumas potencialidades históricas analisadas pelos cientistas sociais das políticas públicas de comunicação que dão sentido a esta pesquisa e indicam caminhos para respostas das questões citadas acima: agendamento e enquadramento do debate público, construção das informações e controle social do Poder Público.

O contexto histórico das políticas públicas de comunicação no Brasil vem acompanhado pelo modelo econômico, que contempla diversas divisões de classes. Estas divisões criam várias relações de dominadores e dominados, que sustentam a manutenção de poderes em alguns setores, como é o caso da comunicação e da política. Antonio Canelas Rubim propõe a compreensão destas relações para que assim possa acontecer a intervenção

Compreender os atuais poderes da política e da comunicação, suas mutações e conexões, suas inscrições na sociabilidade contemporânea, passa a ser algo essencial, até mesmo para uma intervenção, que orientada por um horizonte radicalmente democrático, ganhe efetivamente na crítica da sociedade capitalista e na construção de uma sociabilidade mais justa. (RUBIM, 2000, p. 10)

A história das políticas públicas de comunicação no Brasil, apesar de todos os impasses que sofreu (e sofre) por causa destas relações de poder, não se encerra nesta tessitura social. Há uma variedade de leis criadas com intuito de tornar melhor o enlace entre comunicação e política.

História da legislação

O rádio é o impulsionador no processo de regulação dos meios de comunicação, surge, em 1962, com a instituição do Código Brasileiro de Telecomunicações (CBT). O país vivia um momento instável na política, empresários e parte dos políticos serviam-se disto para pressionar o Congresso Nacional a regulamentar uma legislação que



beneficiasse seus interesses. É neste contexto que o CBT se origina e se torna o precursor de outras regulamentações que irrompem após sua criação. Conforme afirma a Agência dos Direitos da Infância, na publicação *Mídia e Políticas Públicas de Comunicação*

Ao Código Brasileiro de Telecomunicações, somaram-se posteriormente o decreto lei nº 236, de 1967, que estabeleceram frágeis limites à posse de emissoras de radiodifusão; o capítulo da Comunicação Social na Constituição Federal; a Lei do Cabo; o decreto 2108 de 1996, capitaneado pelo então Ministro Sérgio Motta, e que trouxe algumas inovações interessantes no tocante à regulamentação do serviço da radiodifusão comercial; a Lei Geral de Telecomunicações (que exclui a radiodifusão e revoga dispositivos do CBT no tocante à telefonia); a Lei das Rádios Comunitárias, e, desde junho de 2006, o decreto nº 5820, que trata da Televisão Digital (ANDI, 2007, p. 108)

Entre as décadas de 1970 e 1980 o Brasil passa por um processo de redemocratização, a sociedade brasileira está num momento de lutas políticas. O cume destas lutas foi à criação da Carta Federal de 1988 (conforme citação acima).

As primeiras iniciativas de comunicação pública aparecem na Constituição de 1988. Apontada em um documento legal, ela principia um novo momento de comunicação pública no Brasil, conforme cita Garcez, “Mesmo com todos os entraves à democratização da comunicação na mudança constitucional, o reconhecimento da existência de uma comunicação pública começa a mudar a situação em todo o país” (GARCEZ, 2006, p. 3).

As primeiras televisões públicas educativas surgem na década de 70 com a intenção de auxiliar no processo de alfabetização. Embora como quase todos os meios de comunicação no Brasil, chegam num sistema autoritário. Naquela época era permitido, se mantendo até hoje, a transmissão apenas de aulas, conferências e debates.

Desta forma, as emissoras públicas não conseguiam concorrer com as emissoras privadas. E a tentativa de promover políticas públicas na comunicação em emissoras de TV permanecia estagnada e acabavam por se transformar em televisões para promoção de mandatos governamentais.

A Lei do Cabo, outro avanço que chega ao Brasil na década de 1990, supracitado através da ANDI, vai criar a figura de canais públicos (universitários legislativos e comunitários). A criação desta lei, juntamente com associação das emissoras públicas de televisão vem contribuir com o progresso da política pública de



comunicação. Para José Roberto Garcez, elas “Representam avanços que foram criando condições para a construção de um novo modelo para a comunicação eletrônica no Brasil” (GARCEZ, 2006, p. 3).

A Lei do Cabo dava, ainda, a oportunidade para que os canais abertos, televisões comunitárias ou DISTV, pudessem optar por transformar sua outorga em concessão de televisão a Cabo com adaptação da licença às formas da referida lei.

O decreto nº 5820/2006, que trata da implementação do sistema de televisão digital, trouxe, novamente, visibilidade ao debate sobre a regulamentação da mídia no Brasil. A difusão deste decreto instaura relevância as discussões sobre perspectivas relacionadas ao pluralismo e ao desenvolvimento social midiático. Há alguns aspectos importantes em relação a este processo regulador que Alexandre Faraco vai defender, na publicação *Mídia e Políticas Públicas de Comunicação*, da Agência de Notícias do Direito da Infância

- Limites à propriedade de emissoras, considerando não apenas a mera propriedade formal sobre as empresas do setor, mas o controle de fato sobre elas.
- Limites à participação total de cada agente na audiência, em cada setor.
- Obrigatoriedade a todos os agentes privados da área de distribuir programação não financiada por meio de verbas vindas da publicidade, produzida por organizações públicas ou comunitárias e financiadas com recursos de um fundo para o qual contribuiriam as próprias empresas.
- Limites à propriedade cruzada entre companhias de radiodifusão e outros meios de comunicação.
- Controles internos exercidos por meio de conselhos de composição pluralista. (ANDI, 2007, p. 99)

A legislação brasileira percorreu alguns degraus para avançar por políticas públicas em comunicação, mas há, ainda, uma centralização nos meios de comunicação. Em vários estados brasileiros ficam centrados: jornais impressos, provedores, emissoras de TV e estações de rádio nas mãos de apenas uma pessoa ou grupo.

Esta realidade dificulta o progresso do Brasil na formulação de uma legislação democrática no que concebe as políticas públicas de Comunicação. Gustavo Gindre, explica que

O interesse público que deveria ser prioritário não se impõe porque o sistema público de comunicação não está regulamentado. A grande luta que temos pela frente é por uma legislação – uma lei geral, um marco regulatório – que consiga unificar isso e defina um projeto de comunicação para o país. Só depois disso



vamos nos livrar desse cipó e lutar pelo direito à comunicação da população, que é cotidianamente cerceado. (GINDRE, 2005, p.1)

Existem muitas leis criadas no Brasil, a partir da década de 60, com a tentativa de regular a comunicação para ações de políticas públicas de comunicação que contenda um marco regulatório – conjunto de leis, normas e diretrizes que regulam o funcionamento das ações de vários setores – tema de muita importância, na Comunicação Social. Embora estas leis façam parte da história das políticas públicas de comunicação no Brasil, apesar de muitas terem contribuído durante algum período com o processo de regulação e evolução das abordagens realizadas nos meios de comunicação, a maioria está defasada e necessita de urgente avaliação e análise.

Propostas de políticas públicas de comunicação

Como dissemos anteriormente, o histórico de regulação no Brasil, apesar dos avanços, está marcado pela negligência. A Constituição era esperada como alternativa de mudança acreditava-se que após sua criação o país começaria do zero. Por isso, a nossa principal proposta é que seja revisto a regulação de infra-estrutura da mídia no Brasil e as leis que contemplam.

Esta proposta de novo modelo de regulação exige, em primeiro lugar, que a sociedade civil seja escutada. Conforme o Professor Murilo César destaca, na publicação *Mídia e Políticas Públicas de Comunicação*, da Agência de Notícias do Direito da Infância

É vital às Políticas Públicas de Comunicação a promulgação de um marco regulador que consolide a legislação existente, visto que o atual cenário constitui um ambiente pouco propício para a congruência de interesses da sociedade civil, das empresas e do Estado (ANDI, 2007, p. 108)

Salientamos a importância que os movimentos políticos têm grande relevância no processo de regulação da mídia brasileira. Tendo em vista que esta regulação está assinalada por um debate apenas técnico, principalmente em meados da década de 90, quando foi criada a Agência Nacional de Telecomunicações (ANATEL), após a privatização das empresas de telefonia. O professor Murilo César Ramos, na publicação *Mídia e Políticas Públicas de Comunicação* da ANDI, comenta



(...) tentou-se criar um ente estranho, despolitizado, ‘técnico e apartidário’, como se fosse possível separar política de governo de política de agência ‘independente’; separar política executiva de política regulatória. Ao que consta de especulações do período, essa separação deveria ter sido ainda mais radical com a extinção do Ministério das Comunicações, fundido a um genérico Ministério da Infra-estrutura, deixando para a Anatel a condução quase total da política setorial (RAMOS apua ANDI, 2007, p. 108)

O Ministério das Comunicações, apesar do que cita o professor Murilo César, é o principal órgão responsável pela infra-estrutura no setor. Tem papel importante no que tange o debate político a cerca do processo de regulação, em especial, as questões ligadas às concessões e na definição de novas políticas como, televisão digital e televisão pública.

Acrescentamos a esta proposta a desmonopolização dos meios de comunicação no Brasil. Para que ocorra o processo de nova regulação, necessita-se de limite de propriedade dos meios, ou seja, que não estejam concentrados vários meios de comunicação nas mãos de apenas um grupo sejam eles políticos ou privados. Na publicação Mídia e Políticas Públicas de Comunicação, a Agência de Notícias do Direito da Infância remete um comentário sobre tal questão

(...) Nossos meios de comunicação não raro são de propriedade de políticos com mandatos e encontram-se cada vez mais concentrados. Assim, acumulam uma capacidade crescente de influência na política, conquistando elevado poder de barganha junto aos poderes constituídos. Naturalmente, acabam por ser pouco ou nada regulados e quase sempre omitem as reflexões sobre Políticas de Comunicação da agenda midiática – e, por consequência, da própria esfera social mais ampla. Ao fim e ao cabo, portanto, logram manter um *status quo* que, por definição, satisfaz apenas aos interesses cristalizados (ANDI, 2007, p.111)

A monopolização dos proprietários privados que possuem grande poder de liberdade de ação é cada vez maior. Bernardo Lins diz

A exploração dos serviços de comunicação social tem sido cada vez mais assumida, nas últimas décadas, pelo setor privado. Mesmos os países ocidentais que mantinham um modelo de monopólio estatal de alguns veículos, em especial a televisão, vêm abrindo seus mercados e admitindo a entrada, cada vez mais acentuada, do capital privado (LINS, 2002, p.3)

Este poder tem garantido uma resistência à proposta de reforma da regulação dos meios de comunicação sob a alegação de liberdade de imprensa. Desta forma, torna-se



imprescindível estabelecer um debate público sobre os impactos e conseqüências que a concentração dos monopólios tem trazido a sociedade brasileira.

Outra proposição que podemos trazer para enriquecer a reflexão sobre um novo modelo de regulação é que a informação transmitida pela mídia possa seguir os princípios da pluralidade, considerando a diversidade da sociedade brasileira. Osvaldo Leon cita esta questão como uma das prioridades na instituição de políticas públicas de comunicação

(...) Outra prioridade identificada é o desenvolvimento de uma informação diversa, plural e com perspectiva de gênero. As ações vão desde a crítica e a pressão sobre os meios de massa até o apoio ao desenvolvimento e à sobrevivência de meios alternativos e independentes, que adotem tais critérios como princípios de sua ação (LEÓN, 2003, p.411)

Estipular prazo de duração para concessão, também, poderia contribuir para um avanço na construção de um sistema regulatório democrático. Porventura, poderíamos seguir modelo utilizado na Argentina, no serviço de radiodifusão, informado pela ANDI, na publicação *Mídia e Políticas Públicas de Comunicação*

As concessões têm um prazo de 15 anos, sendo que, no caso das estações de radiodifusão instaladas em área de fronteira ou de fomento, o prazo pode ir até 20 anos. Esses intervalos podem ser prorrogados uma única vez, por dez anos, devendo o interessado efetuar o pedido com pelo menos 30 meses de antecipação do vencimento da licença. O Comitê Federal de Radiodifusão deve apresentar sua decisão até quatro meses depois da formulação do pedido. Dezoito meses antes do vencimento do prazo originário da licença, ou de sua prorrogação, o Poder Executivo realizará uma concorrência pública para outorga de uma nova licença, em relação à qual terão preferência os atuais concessionários (ANDI, 2007, p. 101)

Destacamos que instaurar um modelo regulatório democrático, com o histórico entrelaçado das políticas públicas de comunicação no Brasil com autoritarismo e em suprir as necessidades da burguesia sem a participação da sociedade civil organizada, não é tarefa fácil. Entretanto não é tarefa impossível. A respeito disto a ANDI dá sua contribuição, na publicação *Mídia e Políticas Públicas de Comunicação*

Desatar esse nó górdio não é tarefa de pequena envergadura – e envolve, sem dúvida, diversos fatores. Vale mencionar alguns deles: uma atuação mais contundente dos poucos veículos que ainda não se enquadraram nessa rede de



interesses difíceis de serem contidos; um reconhecimento de que o jornalismo de qualidade não pode se curvar perante disputas de poder que em nada contribuem para a democracia; uma decisiva adoção da agenda da Responsabilidade Social Empresarial pelos grupos de comunicação; um maior e mais plural engajamento da sociedade civil na discussão e uma boa dose de aprendizado com a experiência internacional. Tudo isso a fim de garantir a regulamentação dos princípios que, pasmem, nossa Constituição já oferece desde 1988 (ANDI, 2007, p.112)

Por fim, ainda que, as políticas públicas de comunicação possuam muitas deficiências, não podemos negar o avanço que elas representam para a comunicação no país. Durante a ditadura militar os profissionais de mídia no Brasil passaram por uma conjuntura difícil e que na época havia dúvidas se seria superado. Além disso, temos que considerar que o país passou em diversos períodos da história, por momentos opressão desde o período do Brasil - colônia.

Portanto, acreditamos que o Brasil, embora tenha muito a mudar em vários setores da sociedade, atingirá políticas públicas de comunicação que beneficie a todos de maneira igual.



Referências

- FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda (2002) **O minidicionário da língua portuguesa**. Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira
- RUBIM, Antonio Canelas Albino (2000) **Comunicação e Política**. São Paulo: Hacker Editores
- GOMES, Pedro; PIVA, Márcia Cruz (1988) **Políticas de Comunicação**. São Paulo: Edições Paulinas
- RAMOS, Murilo César; BIANCO, Neila R. Del (2008) **Estado e Comunicação**. Distrito Federal: Intercom, Universidade de Brasília, Casa das Musas
- CANELA, Guilherme (2008) **Políticas Públicas Sociais e os Desafios para o Jornalismo**. São Paulo: Cortez Editora, ANDI (Agência de Notícias dos Direitos da Infância)
- BARBOSA, Bia (2005) **Mídia e Poder 2 - Brasil ainda carece de políticas públicas de comunicação** Internet: http://www.zerofora.hpg.ig.com.br/arquivo/cartamaior_7.htm
- TV por assinatura: Histórico no Brasil (2007)**
internet: www.teleco.com.br/tutoriais/tutorialtvassinatura/pagina_4.asp
- WOLFFENBÜTTEL, Andréa (2007) **Marco Regulatório**.
internet: <http://desafios2.ipea.gov.br/desafios/edicoes/19/artigo14917-1.php>
- SIGNATES, Luiz (2003) **Políticas Públicas de Comunicação**: Alguns referenciais teóricos e práticos de um problema mais amplo do que se pensa.
internet: reposcom.portcom.intercom.org.br/dspace/handle/1904/4865
- LEÓN, Osvaldo (2003) **Para uma agenda Social em Comunicação in Denis de Moraes**. Rio de Janeiro: Editora Record
- LINS, Bernardo (2002) **Análise Comparativa de Políticas Públicas de Comunicação Social**. Distrito Federal: Câmara dos Deputados.
internet: www2.camara.gov.br/publicacoes/estnottec/tema4/pdf/109752
- SANTOS, Bruno Silva dos (2006) **Elementos para desvendar a Política de Comunicação Comunitária do Estado Capitalista brasileiro: subsídios a partir de estudos na cidade de Maceió**
internet: reposcom.portcom.intercom.org.br/dspace/handle/1904/19894



ANDI (2007) **Mídia e Políticas Públicas de Comunicação**. Distrito Federal: Agência de Notícias dos Direitos da Infância

Internet: www.andi.org.br/_pdfs/midia_ppc

GARCEZ, José Roberto (2006) **O direito à comunicação: necessidade de uma política pública para promover a inclusão social**. Distrito Federal Internet: www.ibict.br/revistainclusaosocial/include/getdoc.php?id=302&article=66&mode=pdf