

LIBERDADE DE EXPRESSÃO E MANIFESTAÇÃO DO PENSAMENTO, CENSURA E REPRESSION AO ABUSO DO PODER ECONÔMICO

FREEDOM OF SPEECH AND EXPRESSION OF THOUGHT, CENSORSHIP AND REPRESSION OF ABUSE OF ECONOMIC POWER

Ricardo Antonio Lucas Camargo*

Resumo: O presente texto discute a ligação entre liberdade de expressão e manifestação do pensamento e a liberdade de empresa, os limites em que a atuação do Poder Público pode ser vista como “censura” e os desafios que se põem quando o sujeito ativo desta passa a ser o poder econômico privado. O exame das manifestações da censura por parte do Poder Público, da ação pública sobre os meios de comunicação autorizada constitucionalmente, das confusões conceituais feitas, de modo deliberado ou não, no que se refere à possibilidade de se configurar o exercício abusivo do poder econômico, dos casos examinados pelos Tribunais e das próprias motivações para a atividade censória vem a oferecer os elementos para uma discussão racional.

Palavras-chave: Liberdade de expressão. Manifestação do pensamento. Censura. Poder econômico. Meios de comunicação.

Abstract: This essay discusses relationship between liberty of expression and speech and free enterprise, the limits between legitimate public authority action and censorship as well as the challenges put when private enterprise acts like a censor. Examination of the ways public censorship works, of constitutionally authorized public action on media, of intentional or unintentional conceptual confusions concerning possibilities of making present economic abuse, of case made law and even reasons to censorship offers elements to a rational discussion.

Keywords: Liberty of expression; manifestation of thought. Censorship. Economic power. Media.

* Professor adjunto da Universidade Federal do Rio Grande do Sul; Doutor em Direito pela Universidade Federal de Minas Gerais; Membro da Fundação Brasileira de Direito Econômico do Instituto Brasileiro de Advocacia Pública do Rio Grande do Sul; ricardocamargo3@hotmail.com

Introdução

Recorrente é a questão da liberdade de manifestação de pensamento enquanto direito individual a cada vez que se pretende trazer ao debate o papel dos meios de comunicação. Sempre que se vai falar a respeito de qualquer tipo de fiscalização ou da colocação de limites ou de condicionamentos para o exercício desta liberdade, suscitam-se temas concernentes ao caráter democrático ou autoritário de um regime político e, mesmo, da própria conformação das relações de poder. Com efeito, quando o tema aflora, imediatamente se pensa nas empresas que se voltam à exploração da atividade de comunicação social, tendo em vista que é precisamente com a veiculação, a divulgação de ideias que elas trabalham, seja a título de informação, seja a título de entretenimento, seja a título de cultura, procedendo à aproximação e o convívio entre os seres humanos, mesmo que fisicamente afastados entre si (GUERRA, 1999, p. 80; FERREIRA, 1997, p. 91; COSTELLA, 1976, p. 9).

Por conta dos debates que se vêm travando em torno da necessidade ou desnecessidade de os meios de comunicação, em algum sentido, se submeterem a algum controle sem que se comprometa a nobreza da garantia da liberdade individual de expressão e manifestação do pensamento, bem como a própria identificação de quem seria o sujeito ativo desta liberdade, qual seria a sua natureza, se um direito assegurado a todos ou se há condicionantes a que quem quer que seja se legitime a exercê-lo, vem a justificar-se a reflexão, na medida do possível, sobranceira às paixões que o tema envolve, a fim de que se possa, realmente, identificar os pontos do problema e ordená-los: primeiro passo para se vislumbrar a solução.

1 Sobre a liberdade de expressão e manifestação do pensamento

Liberdade é um dos temas mais versados no âmbito das Humanidades, seja na dimensão filosófica, seja na dimensão jurídica, seja na dimensão política, seja na dimensão econômica. Costuma-se falar nela sob o aspecto negativo como ausência de restrições, e sob o aspecto positivo como autodeterminação da vontade.

No que diz respeito à liberdade de expressão e manifestação do pensamento, toca à possibilidade de se trazer ao conhecimento do público qualquer ideia, independentemente de ela ser considerada “boa” à luz de qualquer dogma sagrado, oráculo ou doutrina. Segundo Pontes de Miranda (MIRANDA, 1971, p. 158):

[...] liberdade de pensar significa mais do que pensar só para si, ocultando o pensamento. Tal liberdade de ‘pensar sem dizer’ de nada valeria na ordem social. [...] Vale o sofrimento de todos os perseguidos, em todos os tempos, por trazerem verdades que não servem às minorias dominantes, essas minorias que precisam considerar coisas, *ontos*, as abstrações, para que as maiorias não lhes vejam a falsidade.

Traduz, pois, liberdade de exteriorizar o que se passa no íntimo do indivíduo. Para se exteriorizar o pensamento, é mister a existência de um veículo. Qual seja este,

de acordo com o artigo 13, item 1, da Convenção Americana dos Direitos Humanos, para os efeitos de proteção, é irrelevante: qualquer que seja, estará protegida a liberdade de expressão e manifestação do pensamento (GROSSMAN, 2005, p. 225).

Conforme José Afonso da Silva (SILVA, 2010, p. 244):

Essa exteriorização do pensamento pode dar-se entre interlocutores presentes ou ausentes. No primeiro caso, pode verificar-se de pessoa a pessoa (em forma de diálogo, de conversação) ou de uma pessoa para outra (em forma de exposição, de conferência, de palestras, de discursos etc.), interferindo com o direito de reunião e de associação, de que cuidaremos em outro lugar. No segundo caso, pode ocorrer entre pessoas determinadas, por meio de correspondência pessoal e particular sigilosa (carta, telegrama, telefone, ligados ao direito à privacidade, como foi visto), ou expressar-se para pessoas indeterminadas, sob a forma de livros, jornais, revistas e outros periódicos, televisão e rádio.

Nos EUA, a Emenda n. 1 à Constituição vedou ao respectivo Congresso a feitura de qualquer lei que possa inibir o exercício da liberdade de expressão e manifestação do pensamento e da “imprensa” (HORTA, 1999, p. 228-229; ARE, 1965, p. 2.227). No Brasil, atualmente, a liberdade de expressão e manifestação do pensamento está disciplinada no artigo 5º, incisos IV, VI, IX, XIV, e no artigo 220, *caput* e parágrafos 1º, 2º e 6º, da Constituição Federal de 1988. Compreendem-se nela “o direito de pensar, de criticar, de protestar, de duvidar, o direito de dizer, de escrever e de publicar” (ABREU, 1985, p. 10).

Desde que tal liberdade tem como titular o indivíduo, compreende-se o porquê de os veículos destinados a fazerem-na factível serem entregues à mão da iniciativa privada (GAUDEMET, 1969, p. 718; ESPOSITO, 1957; 1958). A partir daí, emerge a questão da ligação entre a liberdade de expressão e manifestação do pensamento e a liberdade de empresa. Com efeito, a livre circulação de obras artísticas, literárias ou informativas, sem a necessidade de prévia autorização do Poder Público, veio a ser ligada à exploração, em caráter comercial, com o intuito de lucro, da atividade editorial. Seja a publicação de livros e periódicos, seja a publicação de jornais, foi entregue a atividade editorial ao regime de livre empresa (LIMA SOBRINHO, 1985; REZENDE, 1906; BRASIL, 1875). Também assim a atividade de exploração de galerias de arte e de espetáculos teatrais, tanto para peças quanto para a execução de música. Com o advento das indústrias fonográfica e cinematográfica, não foi diferente.

A liberdade de expressão e manifestação do pensamento apresenta-se como liberdade de: (1) escolha do meio por que se vai exprimir o pensamento ou as emoções; (2) forma de expressão – escrita, oral, plástica, sonora, mímica -; (3) escolha do conteúdo do que se vai expressar. Havendo uma grande pluralidade de veículos, a liberdade, em todas estas dimensões, estaria assegurada. Em certo sentido, entraria aqui a ideia de um “mercado de ideias” como espaço público de diálogo e interação (FARACO, 2009, p. 73; ESPOSITO, 1957; 1958).

Claro que emergiria uma questão aparentemente disparatada: quem seria o titular da liberdade de expressão e manifestação do pensamento? Seria qualquer indivíduo? Ou somente quem pudesse ofertar o espaço para se proceder à exteriorização, como o sugeriu frase atribuída a certo titular de uma grande cadeia jornalística? (MORAES, 1994, p. 327; STEVANIN, 2011). Porque, se seria qualquer indivíduo, esta liberdade assumiria um caráter extrapatrimonial, e teria de existir a possibilidade de se franquear a todos o acesso aos meios para o seu exercício. Se, pelo contrário, fosse pertencente a quem pudesse ofertar os espaços para a manifestação, tratar-se-ia de uma liberdade patrimonialmente condicionada.

De outra parte, com a invenção do rádio, a exploração do espectro eletromagnético permitiu a superação das distâncias físicas na transmissão de mensagens sonoras. Afora as galerias de arte, o teatro e o cinema, tinha sobre os outros meios de comunicação a vantagem de não exigir a prévia alfabetização do receptor para acessar a mensagem que fosse transmitida (CHAVES, 1952, p. 100). O espectro veio a ser tratado, em todo o mundo, como bem público (FAGUNDES, 1961; BRASIL, 2001), tendo em vista os riscos que poderiam advir por decorrência de informações geradas sem controle tanto para a segurança militar como para as transmissões nos casos de acidentes marítimos (CHAVES, 1952, p. 117; ESPOSITO, 1957; 1958). O fato de ser o espectro um bem público não significou a impossibilidade de ele ser delegado, mediante permissão ou concessão, aos particulares. Em um primeiro momento, no Brasil, as radiodifusoras foram sociedades de natureza cultural, mantidas pelos respectivos associados, passando, mais tarde, a assumir caráter comercial, mantidas, basicamente, pela receita de anúncios (AMARAL, 1995, p. 467; CASTRO, 1936; MELLO, 2000), até porque não há como se excluir, a pretexto da ausência de pagamento, da obtenção da mensagem ninguém que esteja próximo a um aparelho receptor (CHAVES, 1952, p. 117; ESPOSITO, 1957; 1958). O caráter de bem público do espectro não implica o controle sobre as ideias que serão veiculadas pelas delegatárias do aludido serviço público. Outra forma importante de exploração do espectro eletromagnético surgiu com a criação da televisão. Tanto em relação a ela quanto ao rádio, uma das grandes questões que se colocam, desde sempre, é a da distribuição de frequências e da necessidade de fixá-las (NOBRE, 1985, p. 46).

O debate a respeito do sujeito ativo do direito à liberdade de expressão e manifestação do pensamento também em relação à radiodifusão se coloca. Caso se entenda que tal liberdade é patrimonialmente condicionada, no caso do rádio e da televisão fica ainda mais restrito o universo dos que podem ofertar o espaço. Na Constituição brasileira de 1988, além das disposições gerais referentes à comunicação social, tocam a esta atividade a letra “a” do inciso XII do artigo 21 e o artigo 223.

Um dos aspectos mais interessantes no que tange à liberdade de expressão e manifestação do pensamento está na sua manifestação primária, enquanto liberdade de opinião. Segundo José Afonso da Silva: “Trata-se da liberdade de o indivíduo adotar a atitude intelectual de sua escolha: quer um pensamento íntimo, quer seja a tomada de uma posição pública; liberdade de pensar e de dizer o que se crê verdadeiro” (SILVA, 2010, p. 241). Importante ter presente o que seja a simples

“opinião”, que está no campo da subjetividade plena, e o enunciado descritivo do fato, que se coloca sob exigências de veracidade.

A liberdade em questão implica não só o direito de externar como também o de não externar. Ou seja, o direito ao silêncio, o direito de o indivíduo não ser obrigado a exteriorizar as próprias opiniões e percepções. Pode, entretanto, o próprio silêncio traduzir expressão, caso de praticantes de determinada religião refratária ao culto dos símbolos nacionais que, em determinado país da América Latina, não cantaram o respectivo hino nacional, em caso que veio a ser apreciado pela Comissão Interamericana de Direitos Humanos (GROSSMAN, 2005, p. 230).

Expostas, em linhas gerais, as questões que têm aflorado em relação à liberdade de expressão e manifestação do pensamento, tem-se preparado o debate acerca da censura, posto pelas empresas de comunicação social como uma questão que colocaria como de intuitivo interesse universal.

2 Sobre a censura

O debate sobre a atuação das empresas de comunicação social se mostra francamente elitista, no sentido de que, para o homem comum, o tema costuma se apresentar a si relacionado de modo remoto. O atendimento a necessidades vitais não necessita, para ser percebido como prioritário, maiores esforços de raciocínio; é praticamente uma resposta instantânea a estímulos exclusivamente biológicos. Eis por que se entende que o exercício do poder, mesmo sob a forma de gestão governamental, ainda hoje, vem a se dirigir prioritariamente ao equacionamento dos interesses materiais enquanto móvel de solidariedade do que à realização de determinados valores, à união em virtude de móveis ideológicos (PÉRIN, 1969, p. 686). Somente a partir do momento em que a maior eficiência na sobrevivência do grupo vem a depender de um conhecimento que ultrapasse o atendimento imediato a necessidades primárias é que vem a emergir a necessidade de acesso a informações que permitam a tomada de decisões adequadas. Por outro lado, não há apenas a necessidade de informação, mas também a de se reporem as energias gastas na faina diária. Ao lado do lazer traduzido por atividades físicas, lúdicas, aparece o lazer intelectual, pela fruição de trabalhos de caráter eminentemente estético. Também se coloca a necessidade de instrução, para o fim de se terem os instrumentos para a compreensão do mundo que cerca o indivíduo. O despertar para o reconhecimento de tais necessidades implica um grau de conscientização do indivíduo para além do elementar. Embora todos sintam estas necessidades, e venham a exercer este direito do mesmo modo que Monsieur Jourdain fazia prosa, justamente como decorrência da condição de *zoon politikon* (SILVA, 2010, p. 241; FERNANDES, 1977, p. 203), a conscientização disto demanda um conhecimento maior.

Schumpeter (SCHUMPETER, 1961, p. 317-318) diz que:

Quando nos afastamos ainda mais dos interesses privados da família e do escritório e mergulhamos no domínio dos negócios nacionais e internacionais que carecem de vínculo direto e inconfundível com esses interesses, o conhecimento dos fatos e os métodos de inferên-

cia deixam logo de satisfazer às necessidades da doutrina clássica. O que mais impressiona e parece ser o âmago de toda dificuldade é que o senso de realidade seja tão completamente perdido. Normalmente, as grandes questões políticas tomam seu lugar na economia psíquica do cidadão típico lado a lado com os interesses das horas de lazer, que não alcançaram ainda a condição de *hobbies*, e com assuntos sem importância. Essas questões parecem tão distantes. Não são absolutamente iguais às questões de negócios.

Por isso, a preocupação com tal liberdade provém precisamente de onde a preocupação com as necessidades vitais já se encontra, se não superada, menos agressiva. É principalmente para estes que se coloca como central o problema da “censura”, palavra muito empregada, mas cujo sentido precisa ser melhor esclarecido. Isto depende dos seguintes esclarecimentos: a precisão do sujeito ativo da liberdade de expressão e manifestação do pensamento, bem como se este direito teria caráter absolutista ou se ele comportaria alguns condicionamentos. E, em comportando, onde se configuraria a censura. O conceito de “direito subjetivo”, a posição de vantagem fruível a partir de uma norma jurídica, constituiu, desde o século XIX, uma das grandes preocupações dos teóricos do Direito. Independentemente da tese que se adote para defini-lo, cabe salientar a famosa divisão entre os direitos “absolutos”, que podem ser exigidos em face de qualquer pessoa, e os “relativos”, exigíveis em face de pessoas determinadas. A liberdade de expressão e manifestação do pensamento, neste sentido, seria um direito “absoluto”. Entretanto, isto não significa que ele possa ser exercido tendo como limite apenas a boa disposição de vontade do respectivo titular. Também sofrerá condicionamentos. Quando se fala em “censura”, toma-se em consideração o impedimento total ou parcial a que se proceda à comunicação ou a compulsão a que se veicule tal ou qual comunicação, neste ou naquele sentido (CAMARGO, 2011; SOARES, 1977, p. 361).

Schumpeter (SCHUMPETER, 1961, p. 321) afirma que:

Uma vez que a primeira coisa que o homem faz por seu ideal ou interesse é mentir, esperamos, e na verdade descobrimos, que a informação eficiente é quase sempre adulterada ou seletiva e que o raciocínio eficiente em política consiste sobretudo em exaltar certas proposições e transforma-las em axiomas e eliminar outras. E nisso se reduz a psicotécnica mencionada acima. O leitor que nos considerar indevidamente pessimista precisa apenas recordar se já ouviu alguém dizer (ou pensar) que este ou aquele fato desagradável não deve circular publicamente ou que certa linha de argumento, embora válida, é indesejável. Se certos homens, que de acordo com os padrões habituais são perfeitamente honestos ou mesmo de mentalidade superior, aceitam essas implicações, não mostrarão eles o que pensam sobre os méritos e mesmo sobre a vontade do povo?

Ao lado do prévio exame das autoridades para a verificação do que seja “bom” ou “ruim” que venha a público – a famosa tese segundo a qual “[...] somente as ideias certas devem ser veiculadas” (ALMEIDA, 1985, p. 10; SALLES, 1987, p. 5), – o estabelecimento de indenizações muito elevadas, de tal sorte que

se torne economicamente impossível o desenvolvimento da atividade de comunicação social, a perpetração de homicídios em função do exercício da atividade jornalística, ameaças, medidas de castigo ou prêmio conforme o tipo de matéria que seja veiculado (GROSSMAN, 2005, p. 216-217; BRASIL, 1975), a apreensão de exemplares que “pode ser uma sentença de morte para qualquer empresa, as pequenas pela escassez de recursos, as maiores pela extensão dos prejuízos, quando se trata de uma quantidade maior de exemplares e haja necessidade de repetir a matéria paga da edição apreendida” (LIMA SOBRINHO, 1985). Na URSS, à época do regime estalinista, um dos exemplos mais evidentes da atuação da censura foi a alteração do título da primeira grande ópera russa, *Uma vida pelo Czar*, de Glinka, para *Ivan Sussanin*. Durante o regime castrense, no Brasil, ficaram como exemplos da atuação da censura a proibição de críticas ao sistema censório, seu fundamento e legitimidade, bem como de notícias ou matérias quaisquer que a ele se pudessem mostrar desfavoráveis (TAVARES, 1985, p. 10), a apreensão de exemplares da revista *Realidade* (BRASIL, 1969), a interdição da publicação de matérias relacionadas com o “Esquadrão da Morte” (BRASIL, 1978) ou da reprodução de discursos parlamentares de oposição (BRASIL, 1979), a punição de jornalistas que noticiaram epidemia de meningite que então grassou (BARATA, 1990; LUNA, 2003), a publicação de versos camonianos ou receitas de bolo no espaço destinado antes a matérias jornalísticas cuja publicação o agente policial encarregado do prévio exame desaprovasse (FERREIRA, 1985), a intervenção direta quanto à veiculação das notícias e fotografias referentes aos protestos estudantis de 1977 (ABREU, 1979, p. 67-68), as interrupções repentinas de difusões radiotelevisivas, debitadas à “falha técnica”, ocorrentes sempre que a passagem apresentasse algum conteúdo antipático ou inconveniente, a proibição da realização da “Primeira Feira Paulista de Opinião” (BRASIL, 1967) e da apresentação da peça “Calabar” (BRASIL, 1976). À época, dizia-se que:

O censor tem a obrigação moral e social de vetar, total ou parcialmente, todo o espetáculo que, pelo conteúdo de obscenidade, de violência, de doutrinação política exótica, de desrespeito tanto às instituições como a seus agentes, resulte em mensagem contrária à cultura e às aspirações nacionais. (FAGUNDES, 1974, p. 18).

Era comum a disseminação da dicotomia democracia x comunismo, embora um dos mais ilustres economistas representantes da Escola Neoclássica tivesse já alertado que “uma coisa é dizer a uma companhia quanto deve cobrar pela energia elétrica que produz; outra é dizer a um ser humano o que ele pode dizer, em que deve acreditar ou como deve cultivar” (SAMUELSON, 1966, p. 519). Em que o tema da censura interessaria ao juseconomista? Primeiro, devemos ter presente que uma das denominadas “falhas de mercado” – isto é, uma das circunstâncias que comprometem o funcionamento “normal” do mercado – é a “assimetria de informações”, vez que nem todos os fornecedores e adquirentes e usuários de bens e serviços têm o mesmo nível de informações a respeito do mercado onde atuam. De outra parte, podem-se selecionar matérias que, eventualmente, frustrem

a concretização de decisões de política econômica, tanto pública quanto privada. Recentemente, com os protestos ocorridos na Grã-Bretanha em relação a medidas voltadas à redução de benefícios sociais em nome do combate ao déficit público, foi aventada a hipótese de monitoramento das comunicações eletrônicas, especialmente das redes sociais, que se colocam a meio caminho entre a comunicação de massa e a comunicação entre particulares.

De qualquer sorte, o controle prévio das matérias a serem veiculadas, ainda que por ato judicial, foi completamente expurgado da ordem constitucional brasileira, só se admitindo a responsabilidade posterior (BRASIL, 2009; SÃO PAULO, 2011; TEPEDINO, 2001, p. 469).

Resta agora saber se a proibição da censura implica, necessariamente, a instauração do pleno *laissez faire* no âmbito da comunicação social e o modo de interpretar as disposições constitucionais que, aparentemente, viriam a chocar-se com tal proibição.

3 Sobre as limitações que não constituem censura

Sidney Guerra (GUERRA, 1999, p. 82) diz que:

Hoje, vivemos em um Estado Democrático de Direito, onde as liberdades públicas são reconhecidas. Entretanto, percebemos que a imprensa passa a desempenhar um duplo papel: de um lado, é informadora e, de outro, formadora de opiniões. Com isso, na busca de melhores resultados comerciais, vem devassando a vida das pessoas, cometendo verdadeiras atrocidades, desrespeitando, desta forma, direitos tutelados na Constituição Federal.

Entre as limitações que se mostram de mais fácil aceitação, talvez por sua origem privatística, estão as referentes aos direitos da personalidade, postas nos incisos V, IX e X, do artigo 5º da Constituição Federal de 1988 (SILVA, 2010, p. 248; BITELLI, 2004, p. 225; SÃO PAULO, 2000), principalmente no que tange à oposição a interferências ilegais e desnecessárias em assuntos que digam respeito exclusivamente ao indivíduo (CHAVES, 1982; FERNANDES, 1977, p. 219).

As referências ao direito de resposta e à vedação ao anonimato se vêm a apresentar como limitações que, longe de constituírem censura, marcam a fronteira entre o que entender como liberdade, exercida com responsabilidade e licenciosidade (RIBEIRO, 1987, p. 5; SOARES, 1977, p. 284).

A Constituição brasileira de 1988 estabelece alguns condicionamentos para a atividade de exploração de radiodifusão – atualmente, talvez fosse melhor dizer “mídia eletrônica”, considerando o advento da Internet (GUERRA, 1999, p. 84-85), que não estabelece para o editorialismo impresso nos seus artigos 21, inciso XVI, 220, parágrafos 3º e 4º, e 221. E o faz no pressuposto de que aquela implica, ao contrário deste, o uso exclusivo de um bem público (FARACO, 2009, p. 101; BRASIL, 2003). Muito se tem discutido se o estabelecimento de classificação indicativa para os espetáculos públicos e para os programas veiculados pelo rádio e pela televisão traduziria censura prévia, com o que se poderia, sob este viés,

identificar uma antinomia no próprio Texto Constitucional. O próprio inciso I do artigo 221 da Constituição Federal, ao referir preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas tem sido tachado de porta aberta à doutrinação político-partidária, desrespeitando o princípio da soberania do consumidor (ROSENFIELD, 2004, p. 25).

Curiosamente, um dos grandes responsáveis pelo abalo do aludido princípio foi precisamente o desenvolvimento das tecnologias referentes à comunicação social e das técnicas de propaganda e publicidade, significando que atrair compradores não implica, necessariamente, atender ao prévio gosto do público, e sim a capacidade de trabalhar as tendências emocionais de cada um dos integrantes do público que se pretenda atingir (SOUZA, 2005, p. 577).

Segundo Schumpeter (SHUMPETER, 1961, p. 320):

As maneiras em que os fatos e a vontade popular são manipulados sobre qualquer assunto correspondem exatamente aos métodos da publicidade. Descobrimos as mesmas tentativas de entrar em contato com o subconsciente. Encontramos as mesmas técnicas de criar associações favoráveis e desfavoráveis, que são mais eficientes quanto menos racional. Deparamo-nos com as mesmas evasivas e reticências e com o mesmo truque de criar uma opinião pela afirmação reiterada, que obtém êxito precisamente na medida em que evita o argumento racional e o perigo de despertar as faculdades críticas do povo.

A disputa não é só em relação à preferência do consumidor, mas em relação à capacidade de moldar a respectiva preferência – algo familiar aos conhecedores das técnicas de publicidade comercial e da propaganda política:

Na perspectiva de popularizar bens e serviços os fornecedores lançam mão de uma linguagem diversificada, por vezes, agressiva que fere a autoestimados consumidores e em outros momentos lúdica, disfarçada e dissimulada. Ferir a autoestima ou tratar o consumidor sem os devidos cuidados que a pessoa humana merece, como a dignidade, infelizmente, tem sido a tônica da maior parte dos mecanismos de divulgação de produtos ou serviços, que imaginam ser o ícone da beleza, da perfeição e do sucesso a repetição de alguns modelos, o padrão a ser buscado a qualquer preço por todos. A perda da individualidade e das características pessoais tem sido, por vezes, a marca. (PEZELLA, 2011).

Não cabe confundir com censura o que consta no inciso I do artigo 221 da Constituição Federal de 1988, mas tão somente condicionamento. A identificação da ênfase nas finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas considera o dado de que os meios de comunicação não podem vir a converter-se em meros veiculadores de anúncios publicitários. A programação de natureza artística, cultural e informativa pode ter tanto conteúdo, de acordo com a terminologia dos economistas escandinavos, “pesado” (cultura de modo geral, como concertos, documentários, programação educativa, noticiário sobre questões de interesse público, quanto à administração pública, ciência, tecnologia etc.) quanto “leve”

(entretenimento de modo geral, como películas cinematográficas, novelas, esportes, programas de auditório, noticiário sobre celebridades, crimes) (LUND, 2009).

Quanto à promoção da cultura nacional e regional, tem-se presente aqui o papel desempenhado pela denominada “indústria cultural”. A referência é ao dado sobejamente conhecido de a programação radiotelevisiva, pela imediatidade da ação de suas mensagens, ser apta a moldar a própria feição cultural da população, seja mediante a introjeção nesta de percepções da realidade próprias do senso comum dos países do Primeiro Mundo, seja mediante a difusão de estereótipos (“nordestino tacanho, miserável e indolente”, “encantamento da vida em São Paulo ou no Rio de Janeiro”, limitando a estas duas metrópoles o “Brasil civilizado”, como “versões tropicais de Paris ou Nova Iorque”), manifestando o complexo de inferioridade de elites locais, frustradas por não terem nascido na metrópole. Suscitam-se, aqui, a título de indagação, a fronteira entre a produção de arte e a produção da indústria cultural, a ligação entre a política cultural e a política econômica e a fronteira que o Poder Público, nesta matéria, deve observar para não ingressar nem no terreno da censura nem no terreno da xenofobia.

Quanto à observância dos valores éticos da pessoa e da família, vale recordar que a maior parte das películas exibidas vem a transmitir lição no sentido de que quem tem razão é o que tem a capacidade de destruição do adversário com maior eficiência – e destruição, aqui, pode ser tanto física quanto moral (BRASIL, 1987; MARÇURA, 1985) –. E assim, principalmente os pais que trabalham têm um trabalho redobrado para demonstrarem que não são os valores da emissora (ou dos anunciantes), mas os valores da família que devem ser perpetuados (e cada família tem a sua escala de valores, que podem não coincidir com os que são passados pelas emissoras) (SILVA, 2010, p. 254-255; ESPOSITO, 1957; 1958). É de se notar que a formação de um mercado consumidor para tais ou quais produtos ou serviços pode encontrar um sério obstáculo em fatores de natureza ética (PIGOU, 1942, p. 141; SOUZA, 1970, p. 348-349; PARETO, 1945, p. 322-323; NUSDEO, 2003, p. 145), e os meios de comunicação têm efetivamente protagonizado episódios de remoção desses obstáculos, criando, inclusive, necessidades novas (GALBRAITH, 1988, p. 137; NUSDEO, 2003, p. 223; SOUZA, 1970, p. 210; SOMBART, 1946, p. 51-52).

Como a observância dos critérios postos no artigo 221 da Constituição Federal de 1988 não constitui garantia de audiência, e não poucas vezes o apelo às emoções mais elementares do ser humano vem a ser o instrumento mais utilizado para se captar os ouvintes ou telespectadores, é preciso tomar cuidado com afirmações no sentido de que tal dispositivo, quando acionado, em realidade mascararia o exercício de censura política, ideológica ou artística. Cabe recordar o alerta:

Os excessos verificados atualmente por um falso sentido de liberdade e uma injustificada alegação de repugno à censura transformaram os meios de comunicação em escolas do crime, de violência de toda ordem e de desrespeito aos valores fundamentais da própria personalidade humana, no modelo de uma sociedade civilizada. É necessário separar claramente o que se entenda por ‘censura’ do que se tome por respeito natural à própria personalidade

e aos valores culturais positivos de que a sociedade não pode abrir mão. (SOUZA, 2002, p. 507).

A publicidade traduz um aspecto da comunicação social enquanto atividade econômica, cujo papel de meio de persuasão à adoção de tais ou quais comportamentos, com atenção especial para a promoção de produtos ou serviços, de tal sorte que no inciso I do parágrafo 3º do artigo 220 da Constituição Federal de 1988 como em diplomas como a Lei n. 8.078, de 1990 (GRINOVER, 1994), e na Lei n. 12.006, de 2009 (CAMARGO, 2011), vem a encontrar balizamentos que nem de longe poderiam ser considerados “censura”. É mediante os serviços de publicidade que ocorre, em grande parte, o financiamento dos meios de comunicação social (VIANNA, 1990) sendo os produtos de tal atividade elaborados muito menos com o escopo puramente artístico do que com o de servir ao objetivo de proporcionar lucros a quem anuncia, nasce de um contrato mais próximo, mesmo, à empreitada, em que o resultado é a efetiva promoção do produto do anunciante (ASCENSÃO, 1997, p. 455), (o que, obviamente, não impede que, por vezes, se apresentem verdadeiras obras de arte em anúncios publicitários). A prestação de serviços de publicidade pela iniciativa privada à Administração Pública está balizada pela cláusula geral referente a licitações no inciso XXI do artigo 37 da Constituição Federal, e a Lei n. 8.666, de 1993, artigo 25, inciso II, foi expressa quanto à obrigatoriedade da realização do procedimento em questão, proibidas as respectivas dispensa ou declaração de inexigibilidade. A razão de ser estaria em procurar desestimular as agências publicitárias a promoverem tais ou quais candidatos, na esperança de, no caso de estes virem a serem eleitos, deles obterem contratos de vulto (JUSTEN FILHO, 2001, p. 55).

O Supremo Tribunal Federal entendeu perfeitamente possível, sem agressão à liberdade de expressão e manifestação do pensamento, a vedação em lei à realização de proselitismos em rádios comunitárias.¹ Claro que aí existe um pequeno problema, que é o de se saber quando, efetivamente, estará ou não sendo “proselitista” qualquer mensagem que seja veiculada, sobretudo se considerarmos que

[...] modernamente, a criatividade artística em suas diferentes manifestações e no sentido lato – abrangendo a literatura, teatro, artes plásticas, publicidade e, sobretudo, certas inovações típicas do século XX, isto é, a cinematografia, radiodifusão e televisão – desempenha um extraordinário papel como veículo de comunicação e formação da opinião pública. (SOARES, 1977, p. 200).

O Conselho de Comunicação Social é um órgão auxiliar do Congresso Nacional, previsto no artigo 224 da Constituição Federal de 1988, que, embora no centro da polêmica travada pelos interessados diretos no tocante ao condicionamento da mídia sem se cair no campo da censura, foi objeto de pouca consideração pela doutrina jurídica e, quando o foi, o laconismo tem sido a regra, como se transcreve na íntegra o comentário de Professor das Arcadas (CRETELLA JÚNIOR, 1993, p. 4.514).

Na forma da lei, o Conselho de Comunicação Social será instituído como órgão auxiliar, pelo Congresso Nacional, para, na qualidade de entidade consultiva, tratar de outorgas e renovações de concessões, permissões e autorizações, bem como para não renovação e cancelamento de outorgas concedidas.

A regulamentação do artigo 224 se deu pela Lei n. 8.389, de 1991, com leque maior de competências do que o vislumbrado pelo Catedrático da USP, e cujo teor é o seguinte:

Art. 1º. É instituído o Conselho de Comunicação Social, como órgão auxiliar do Congresso Nacional, na forma do art. 224 da Constituição Federal.

Art. 2º. O Conselho de Comunicação Social terá como atribuição a realização de estudos, pareceres, recomendações e outras solicitações que lhe forem encaminhadas pelo Congresso Nacional a respeito do Título VIII, Capítulo V, da Constituição Federal, em especial sobre:

- a) liberdade de manifestação do pensamento, da criação, da expressão e da informação;
- b) propaganda comercial de tabaco, bebidas alcoólicas, agrotóxicos, medicamentos e terapias nos meios de comunicação social;
- c) diversões e espetáculos públicos;
- d) produção e programação das emissoras de rádio e televisão;
- e) monopólio ou oligopólio dos meios de comunicação social;
- f) finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas da programação das emissoras de rádio e televisão;
- g) promoção da cultura nacional e regional, e estímulo à produção independente e à regionalização da produção cultural, artística e jornalística;
- h) complementariedade dos sistemas privado, público e estatal de radiodifusão;
- i) defesa da pessoa e da família de programas ou programações de rádio e televisão que contrariem o disposto na Constituição Federal;
- j) propriedade de empresa jornalística e de radiodifusão sonora e de sons e imagens;
- l) outorga e renovação de concessão, permissão e autorização de serviços de radiodifusão sonora e de sons e imagens;
- m) legislação complementar quanto aos dispositivos constitucionais que se referem à comunicação social.

Vê-se, pois, que no âmbito nacional a competência do Conselho de Comunicação Social se exercita tanto no que tange a aspectos econômicos quanto extraeconômicos (AMARAL, 1995, p. 481). Por outro lado, é de se notar que tal Conselho tem muitas de suas atribuições ligadas à atividade de radiodifusão, serviço público federal, outorgado aos particulares, como dito pela autora intelectual do artigo 224 da Constituição Federal, Deputada Cristina Tavares (DIÁRIO DO CONGRESSO NACIONAL, 1991), do PSDB/PE:

A criação do Conselho de Comunicação Social é a primeira medida legal destinada a pôr fim à manipulação de informação reinante no

País desde as primeiras outorgas de canais de frequência de rádio e televisão. [...] A proposta baseia-se na experiência já consagrada na Alemanha, onde funcionam os Conselhos de Radiodifusão, que nada mais são do que órgãos colegiados de inspeção e fiscalização das corporações, representando a coletividade.

Importa salientar somente ter o Conselho de Comunicação Social, em face do ordenamento vigente no país, função consultiva, sem capacidade para formular ou executar políticas públicas no setor de comunicação social (LOPES, 2005, p. 16; BITELLI, 2004, p. 276). Nenhum dos atos de sua incumbência tem caráter coercitivo, embora, eventualmente, possa cada um deles servir para a identificação de situações jurídicas relacionadas aos temas versados no artigo 2º da Lei que o institui.

Uma vez verificadas as formas de atuação do Poder Público autorizadas constitucionalmente, sem se configurar censura, recordemos que o fato de elas serem autorizadas não acarreta, necessariamente, a impossibilidade concreta de abusos por parte do Poder Público. Quando configurados estes abusos, os interessados dispõem dos meios judiciais para corrigi-los. A questão é, quando se tome em consideração a atuação do poder econômico privado, identificar se e quando ele teria a possibilidade de atuar como censor.

4 Sobre o poder econômico privado enquanto censor

Se nem todo condicionamento que pode ser considerado censura, por outro lado, nem sempre é o Estado o sujeito ativo desta. Ao titular do controle sobre o veículo é lícito, em princípio, decidir se aceita ou rejeita a publicação da obra, mercê da própria dimensão individual do direito de propriedade. Há, ainda, uma zona nebulosa onde se apresentam os temas concernentes à fronteira entre os dados de “interesse público”, que vem a ser correlatos às informações necessárias à vida do ser humano no meio social, os dados simplesmente noticiáveis e os que respondem a uma “aspiração mórbida ou simplesmente leviana de recolhimento de informações com o único objetivo de prazer pessoal” (FERNANDES, 1977, p. 204-205; CHAVES, 1982; ARE, 1965; TEPEDINO, 2001, p. 476-477). Mesmo no que tange à matéria de interesse público, há uma certa gradação entre o que não pode deixar de ser trazido ao conhecimento da população e o que fica na margem total de discricionariedade do titular do controle sobre a empresa de comunicação e pode ser omitido. Quando haja a efetiva pluralidade de meios de comunicação à disposição do autor da mensagem, não se pode considerar presente uma postura semelhante à censura.

Porém, ausente tal multiplicidade ou esta, embora aparente, venha a ser nulificada por acordo expreso ou tácito, o que se verificará é o silêncio imposto a quem veicula a mensagem inconveniente (NALINI, 1997, p. 268; MELLO, 2000). E este silêncio que se impõe equivale à censura, embora por decorrência da vontade do agente econômico privado (FERREIRA, 1985). Então, por que não se admite a existência de direito líquido e certo de concessionária impedir a abertura de nova concessão no mesmo plano de distribuição de canais (BRASIL, 2004).

André de Godoy Fernandes (FERNANDES, 2009, p. 157) afirma que:

Sob uma perspectiva social e democrática, a liberdade de informação jornalística não fornece qualquer respaldo para a autocensura jornalística ou a concentração do poder econômico ou político no setor de comunicação social. Pelo contrário, orientada pelo direito da sociedade à informação, a liberdade de informação jornalística não se coaduna com a noção de liberdade de informar, mas implica verdadeiro dever de informar a população. Para o exercício do direito da sociedade à informação, os veículos de mídia ficam obrigados a fornecer informações verdadeiras e sem censura à população.

Quando é dado um enfoque parcial a respeito de determinada questão – por exemplo, tratar a privatização comopanceia, a ser aceita sem quaisquer questionamentos, porque, como quer que se promova e onde quer que se promova, levaria a sanear as contas públicas –, ainda se pode discutir como censura privada passível de ser combatida a atitude de se bloquear a veiculação de matéria que procure enfocar tal problema sem o tratar como a expressão inexorável da salvação da economia nacional e, ao mesmo tempo, sem defender a estatização (VICHI, 2000). Mesmo nos EUA, que desde 1934 contam com o *Communications Act*, a partir do qual se pretende combater a concentração nos meios de comunicação, houve a convocação, por parte do Governo, de três grandes cadeias televisivas para engajarem a população no apoio à escalada bélica no Sudeste Asiático (SOARES, 1977, p. 250).

Inúmeros interesses podem se opor à veiculação da obra literária, artística, científica ou informativa. Pode não ser atendido o interesse da clientela principal das empresas, que busca, normalmente, ler/ver/ouvir na mensagem veiculada a expressão de uma predisposição que já existe interiormente ao receptor. Pode ser atingido o interesse de um anunciante importante, que varia desde um objetivo de promoção de algum produto ou serviço até a criação de um contexto favorável à sua atuação em todos os setores que, de alguma forma, estejam relacionados com a sua atividade (MORAES FILHO, 1985).

Aqui emerge uma situação em que a ausência do pluralismo – ou o reduzido pluralismo – pode contribuir, também, para a prática do abuso do poder econômico por parte de outros agentes do mercado. É que a mídia, na condição de “difusora”, seja ela impressa ou eletrônica, realiza a venda de espaços que vão, evidentemente, sustentá-la (ASCENSÃO, 1997, p. 457). Conforme o papel que desempenhe a agência de publicidade em prol do anunciante, e considerando a possibilidade de cláusula de exclusividade em relação a determinados ramos do comércio ou da indústria, torna-se mais fácil a criação de uma situação de “procura viscosa”, bem exposta por um economista de formação francamente liberal: “se nos habituamos a comprar certas marcas, as outras se tornarão, para nós, substitutos imperfeitos” (MEYERS, 1968, p. 60).

Vê-se, pois, a adoção de uma postura que conduziria ao desequilíbrio entre os agentes no mercado, configurando precisamente o abuso do poder econômico que ao Estado incumbe reprimir (SOUZA, 2005, p. 254). A disputa, neste campo da atividade, pelo consumidor não ocorre pelo preço, mas sim em razão de deter-

minado tipo de conteúdo que ele visa. Mesmo o público direcionado a determinado tipo de matéria, com certos vieses, pode vir a ser atraído por um produtor rival. Em regra, o que as pessoas buscam nos meios eletrônicos de comunicação de massa é, preferencialmente, o entretenimento. E qual o tipo de entretenimento? A resposta ágil vem, quando se toma, por exemplo, a televisão: películas cinematográficas (embora já existam, há muito, películas feitas especialmente para a televisão), novelas, competições desportivas, programas de auditório. Porém, há gradações. Há um público para os filmes de Bergman como há para os westerns de John Ford ou para películas de horror. A pergunta que se colocará, em se tratando da televisão comercial será: qual o tipo de película que atrairá um público que faça com que um anunciante se interesse pela emissora? Diante da resposta simplista que fatalmente viria, no sentido de que a programação consulta o gosto da maioria, de que “[...] a sociedade, destinatária do conteúdo da comunicação social, num país Democrático de Direito, não é ingênuo e pratica com os meios um jogo de cumplicidade e tolerância” (BITELLI, 2004, p. 241), tem-se de recordar que os denominados “gostos” serão, muitas vezes, fruto de cuidadoso exame feito por técnicos acerca dos mais freqüentes estímulos para atrair as pessoas que se pretende atingir e, por outra banda, vão sendo trabalhados outros elementos que abrirão uma perspectiva para produtos aproximados e trazem em si um compromisso com tal ou qual sistema de valores. Onde o egoísmo e a acumulação são tidos como valores em si mesmos, o individualismo se exacerba, “[...] a comercialização da violência e do erotismo persiste como que acobertada oficialmente como se fosse um bem: porque ela é lucrativa e isto é válido para o sistema capitalista” (SOARES, 1977, p. 144). Cabe recordar que é precisamente este o pressuposto de uma das principais atividades no seio da comunicação social, que é a publicidade, vez que esta se vale da eficiência em influenciar o comportamento do consumidor mediante apelos a dados irracionais (DUVAL, 1975, p. 229).

A qualificação de determinado programa como destinado a “pedantes”, tipicamente “chato”, próprio de quem seja estranho ao próprio contexto social, de tal sorte que sejam interditados os espaços pelo medo ao “afugentamento da audiência” em virtude da “falta do apelo fácil” pode funcionar como um meio de impedir que esta mesma audiência venha a saber que podem existir aspectos da própria vida ou mesmo de uma questão que não se enquadrem no universo de polarizações definidos pela empresa de comunicação.

Orlando Soares (SOARES, 1977, p. 249) afirma que:

Na verdade, as imagens e os fatos que os cidadãos recebem em seus lares, através de seus aparelhos de recepção, refletem as tendências políticas e concepção das áreas em que se encontram; tem-se a ilusão de olhar sobranceiramente o mundo, mas na realidade observamos apenas aquilo que nos deixam ver ou querem que vejamos.

Os meios para se preordenar o comportamento do consumidor (SERPA, 2006, p. 329) e criar, ao mesmo tempo, as condições para que funcione determinada “receita de captação de audiência” é que serão as armas de que se servirão

as empresas de comunicação social em sua atuação no mercado (VICHI, 2000), sem medirem esforços para a exclusão tanto de mensagens que não lhes sejam convenientes quanto dos próprios concorrentes. Não é por menos que um autor insuspeito chegou a dizer que:

A corporativização dos meios de comunicação encontra respaldo na tentativa de controle da informação pelo poder e pelos diversos grupos que gravitam em torno dele. Eles se comunicam e se interdependem. Desses grupos não se excluem os que, eventualmente, se encontrem na oposição. (CASOY, 1985, p. 10).

Vale registrar o voto do Ministro Baleeiro (BRASIL, 1969), no caso da revista *Realidade*:

A concorrência no mercado editorial instiga medidas administrativas, e disto já tivemos recente exemplo na luta entre duas poderosas cadeias de publicidade, uma das quais pretendia pôr fora da competição a outra, quando ia inaugurar uma TV, que se achava comprometida com editoras estrangeiras.

Claro que, aqui, está aberto um amplo campo para a discussão do tema do abuso do poder econômico fora da competência do Conselho Administrativo de Defesa Econômica, porque, se é verdade que, materialmente, criar dificuldades à constituição, funcionamento e desenvolvimento de empresa, desde a Lei n. 4.137, de 1962, passando pela Lei n. 8.884, de 1994, e também na atual Lei n. 12.529, de 2011, constitui modalidade de tal abuso, quando a conduta venha travestida de pleito perante autoridade diversa, seja mediante o exercício do direito de representação, seja mediante o ajuizamento de demanda judicial, o procedimento abusivo deverá ser, em princípio, identificado pela autoridade perante a qual for deduzido o pleito (BRASIL, 1987). Tenha-se, ainda, presente que se está, aqui, a identificar a presença do poder econômico onde quer que este tenha o poder de conformar as relações que se travam entre os sujeitos, abrangendo mais do que a tutela da concorrência, embora se reconheça que nesta última se faz mais fácil a percepção da existência de tal poder (SOUZA, 2002, p. 66).

Tais, pois, os desafios que se colocam para o jurista preocupado com que a Constituição, em qualquer dos seus tópicos, não venha a ser interpretada “aos pedaços”, mas sim como um todo orgânico.

Conclusão

O reconhecimento da existência de um poder dos meios de comunicação não é suficiente para negar a liberdade de expressão e manifestação do pensamento como direito individual. As empresas que os exploram, sem dúvida, são titulares de tal direito e têm a prerrogativa de viabilizar, em muitos casos, o seu exercício por parte dos demais cidadãos.

O poder das empresas que exploram os meios de comunicação social, entretanto, deve ser tratado, também, como limitado e não como absoluto, sob pena de degenerar em despotismo. Assim como a ideia de uma função social gravando a propriedade privada e a liberdade de contratar não é suficiente para nulificar a estes dois direitos econômicos fundamentais na ordem jurídica capitalista, os condicionamentos postos à liberdade de expressão e manifestação do pensamento não são suficientes para a nulificarem enquanto um direito fundamental, nem o farão em relação aos próprios direitos das empresas de comunicação social.

O repugno constitucional à censura não significa a exclusão da atuação do Poder Público no sentido de se corrigir a ultrapassagem dos limites postos na própria Constituição e não autoriza, de outra parte, a considerar que somente ele seria o sujeito ativo da censura. Contudo, quando esta seja imputável ao agente econômico privado, há todo um cuidado a ser tomado, no sentido de se identificar onde se está no campo do poder de disposição, por parte do titular da empresa de comunicação social, e onde se está no campo do abuso. O desafio não deixa de impor ao intérprete um exame do próprio conteúdo da mensagem, para se saber se se trata daquelas que podem, eventualmente, deixar de ser veiculadas ou se a ausência do seu conhecimento pelo público pode causar algum prejuízo. Também se coloca a questão principalmente diante do fenômeno da concentração de empresas no setor de comunicação social, pois, neste caso, o que se tem é a redução dos espaços em que os indivíduos se podem manifestar, submetendo as suas ideias à crítica social.

Quando a atuação censória se ligue a um objetivo econômico, provenha do Poder Público ou do agente econômico privado, não resta dúvida que traduzirá modalidade de abuso do poder econômico, proscria pela Constituição Federal, sem se limitar – embora esta seja a sua faceta mais evidente – ao problema da concorrência.

Nota explicativa:

¹ Medida cautelar em ação direta de inconstitucionalidade 2.566. Relator: Ministro Sydney Sanches. Diário de Justiça da União. Brasília, DF, 27 fev. 2004.

Referências

ABREU, João Leitão de. Democracia pressupõe informação. *Folha de São Paulo*. São Paulo, 29 dez. 1985, p. 10.

ABREU, Hugo. *O outro lado do poder*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1979.

ALMEIDA, D. Luciano Mendes de. Fidelidade da informação à verdade. *Folha de São Paulo*. São Paulo, 29 dez. 1985, p. 10.

AMARAL, Roberto. O ordenamento constitucional administrativo brasileiro e a disciplina da comunicação de massa (o caso da televisão): análise e prospectiva. In: ROCHA, Carmen Lúcia Antunes (Org.). *Perspectivas do Direito Público – estudos em homenagem a Miguel Seabra Fagundes*. Belo Horizonte: Del Rey, 1995.

ARE, Mario. Interesse alla qualificazione e tutela della personalità. In: PLURES. *Studi in onore di Alberto Asquini*. Padova: CEDAM, 1965, t. 5.

ASCENSÃO, José de Oliveira. *Direito Autoral*. Rio de Janeiro: Renovar, 1997.

BARATA, Rita de Cássia Barradas. Saúde e direito à informação. *Cadernos de Saúde Pública*. Rio de Janeiro, v. 6, n. 4, p. 386, out/dez 1990.

BITELLI, Marcos Alberto Sant'Anna. *Direito da comunicação e comunicação social*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2004.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Habeas Corpus n. 14.356. Relator: Ministro Edson Vidigal. *Diário de Justiça da União*. Brasília, DF, 19 mar. 2001.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Mandado de segurança n. 8.821. Relator: Ministro Luiz Fux. *Diário de Justiça da União*. Brasília, DF, 16 ago. 2004.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Mandado de Segurança n. 8.937. Relator Ministro Humberto Gomes de Barros. *Diário de Justiça da União*. Brasília, DF, 9 dez. 2003.

BRASIL. Supremo Tribunal Federal. Argüidão de descumprimento de preceito fundamental n. 130. Relator: Ministro Carlos Ayres Britto. *Diário de Justiça da União*. Brasília, DF, 5 nov. 2009.

BRASIL. Supremo Tribunal Federal. Mandado de Segurança n. 20.203. Relator: Ministro Thompson Flores. *Diário da União*. Brasília, DF, 26 set. 1975.

BRASIL. Supremo Tribunal Federal. Mandado de Segurança n. 20.146. Relator: Ministro Cordeiro Guerra. *Revista Trimestral de Jurisprudência*. Brasília, DF, v. 87, n. 2, p. 421-433, fev. 1979.

BRASIL. Supremo Tribunal Federal. Recurso em mandado de segurança n. 20.149. Relator: Ministro Soares Muñoz. *Diário de Justiça da União*. Brasília, DF, 6 out. 1978.

BRASIL. Supremo Tribunal Federal. Recurso em mandado de segurança n. 18.534. Relator: Ministro Aliomar Baleeiro. *Revista Trimestral de Jurisprudência*. Brasília, DF, v. 47, n. 3, p. 792, mar. 1969.

BRASIL. Supremo Tribunal Federal. Recurso em mandado de segurança n. 18.534. Relator: Ministro Aliomar Baleeiro. *Revista Trimestral de Jurisprudência*. Brasília, DF, v. 47, n. 3, p. 787-799, mar. 1969.

BRASIL. Tribunal da Relação do Rio de Janeiro. Agravo de petição. Uma topografia é fábrica de impressões e, como tal, sujeita às leis do comércio. *O Direito*. Rio de Janeiro, v. 3, n. 6, p. 617-619, 1875.

BRASIL. Tribunal Federal de Recursos. Agravo de petição no mandado de segurança n. 63.710. Relator: Ministro Amarílio Benjamin. *Revista Forense*. Rio de Janeiro, v. 72, n. 253, p. 287-293, jan./mar. 1976.

BRASIL. Tribunal Federal de Recursos. Agravo regimental na suspensão de segurança n. 5.818. Relator: Ministro Lauro Leitão. *Revista do Tribunal Federal de Recursos*. Brasília, DF, v. 21, n. 147, p. 391-399, jul. 1987.

BRASIL. Tribunal Federal de Recursos. Apelação em mandado de segurança n. 90.565. Relator: Ministro Dias Trindade. *Revista do Tribunal Federal de Recursos*. Brasília, DF, v. 21, n. 143, p. 275-276, mar. 1987.

CAMARGO, Paulo Tonet; RODRIGUES, Débora Dalcin. O artigo 220 da Constituição Federal e os limites da Lei Federal no Estado Democrático de Direito. *Revista do Ministério Público do Rio Grande do Sul*. Porto Alegre, v. 37, n. 70, set/dez 2011.

CASOY, Boris. Entre liberdade e licença. *Folha de São Paulo*. São Paulo, 29 dez 1985.

CASTRO, Orlando Ribeiro de. Radiocomunicação e direito. *Revista Forense*. Rio de Janeiro, v. 33, n. 67, p. 438-9, 1936.

CHAVES, Antônio. *Proteção internacional do direito autoral de radiodifusão*. São Paulo: Max Limonad, 1952.

CHAVES, Antônio. *Tratado de Direito Civil*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1982.

COSTELLA, Antonio. *Direito da comunicação*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1976.

CRETELLA JÚNIOR, José. *Comentários à Constituição brasileira de 1988*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1993.

DUVAL, Hermano. *Concorrência desleal*. São Paulo: Saraiva, 1975.

ESPOSITO, Carlo. La libertà di manifestazione del pensiero nell'ordinamento giuridico italiano. *Rivista Italiana per le Scienze Giuridiche*. Milano, v. 11/12. n. 92, 1957/1958.

FAGUNDES, Miguel Seabra. O regime legal do rádio e da televisão. *Revista de Direito Administrativo*. Rio de Janeiro, v. 16, n. 65, p. 51-2, jul/set., 1961

FAGUNDES, Coriolano de Loyola Cabral. *Censura & liberdade de expressão*. São Paulo: Editora do Autor, 1974.

FARACO, Alexandre Ditzel. *Democracia e regulação das redes eletrônicas de comunicação – rádio, televisão e internet*. Belo Horizonte: Forum, 2009.

FERNANDES, Milton. *Proteção civil da intimidade*. São Paulo: Saraiva, 1977.

FERNANDES, André de Godoy. *Meios de comunicação social no Brasil: pluralismo, direito concorrencial e regulação*. 2009. Tese (Doutorado em Direito)-Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2009.

FERREIRA, Argemiro. Informação sob controle. *Arquivos do Ministério da Justiça*. Brasília, DF, v. 42, n. 165, p. 109-110, set. 1985.

FERREIRA, Aluizio. *Direito à informação, direito à comunicação*. São Paulo: Celso Bastos, 1997.

FERREIRA, Manuel Alceu Affonso. Um caso exemplar. *Arquivos do Ministério da Justiça*. Brasília, DF, v. 42, n. 165, p. 62, set. 1985.

GALBRAITH, John Kenneth. *A economia e o interesse público*. Tradução Antonio Zoratto Sanvicente. São Paulo: Pioneira, 1988.

GAUDEMET, Paul-Marie. Télévision et démocratie. In: CORTIÑAS-PELÁEZ, Leon et al. *Perspectivas del Derecho Público en la segunda mitad del siglo XX – homenaje a Enrique Sayagues-Laso*. Madrid: Instituto de Estudios de Administración Local, 1969.

GRINOVER, Ada Pellegrini. Publicidade de remédios. *Revista Forense*. Rio de Janeiro, v. 90, n. 328, p.108, out/dez 1994.

GROSSMAN, Cláudio. La libertad de expresión en el Sistema Interamericano de Derechos Humanos. In: LEÃO, Renato Zerbini Carneiro (Org.). *Os rumos do Direito Internacional dos Direitos Humanos – ensaios em homenagem ao Professor Antonio Augusto Cançado Trindade*. Porto Alegre: Sérgio Antonio Fabris, 2005.

GUERRA, Sidney César Silva. *A liberdade de imprensa e o direito à imagem*. Rio de Janeiro: Renovar, 1999.

HORTA, Raul Machado. *Direito Constitucional*. Belo Horizonte: Del Rey, 1999.

JUSTEN FILHO, Marçal. *Comentários à lei de licitações e contratos administrativos*. São Paulo: Dialética, 2001.

LIMA SOBRINHO, Alexandre José Barbosa. Necessidade de uma nova lei. *Arquivos do Ministério da Justiça*. Brasília, v. 42, n. 165, set. 1985.

LOPES, Cristiano Aguiar. *Reflexões sobre a regulação da radiodifusão no Brasil – em busca da Lei Geral de Comunicação de Massa*. Brasília, DF: Consultoria Legislativa da Câmara dos Deputados, 2005.

LUNA, Expedito J. A. SARS, epidemiologia, mídia e democracia. *Revista Brasileira de Epidemiologia*. São Paulo, v. 6, n. 1, p. 6, 2003.

- LUND, Anker Brink & BERG, Christian Edelvold. Denmark, Sweden and Norway – television diversity by duopolistic competition and co-regulation. *International Communication Gazette*. Los Angeles, n. 71, n. 1/2, p. 27, 2009.
- MARÇURA, Jurandir Norberto. Os meios de comunicação social e a censura. *Justitia*. São Paulo, v. 47, n. 130, p. 148, jul/set 1985.
- MELLO, Celso Antonio Bandeira de. Empresa geradora de sinais de televisão aberta – não obrigatoriedade em disponibilizar sinais a concorrente da sua controladora. *Revista Trimestral de Direito Público*. São Paulo, n. 30, 2000.
- MEYERS, Alfred L. *Elementos de economia moderna*. Tradução Antonio Ferreira da Rocha. Rio de Janeiro: Livro Ibero-Americano, 1968.
- MIRANDA, Francisco Cavalcanti Pontes de. *Comentários à Constituição de 1967, com a Emenda n. 1, de 1969*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1971.
- MORAES, Fernando. *Chatô: o Rei do Brasil*. São Paulo: Companhia das Letras, 1994.
- MORAES FILHO, Antônio Evaristo de. Liberdade e crime de imprensa. *Arquivos do Ministério da Justiça*. Brasília, v. 42, n. 165, p. 32, set. 1985.
- NALINI, José Renato. *Constituição e Estado democrático*. São Paulo: FTD, 1997.
- NOBRE, Freitas. *Comentários à Lei de Imprensa*. São Paulo: Saraiva, 1985.
- NUSDEO, Fábio. *Curso de economia política – introdução ao Direito Econômico*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2003.
- PARETO, Vilfredo. *Manual de economia política*. Tradução Guillermo Cabanellas. Buenos Aires: Atalaya, 1945.
- PÉRIN, François. Le pouvoir et les groupes. In: CORTIÑAS PELÁEZ, León (Org.). *Perspectivas del Derecho Público en la segunda mitad del siglo XX – homenaje a Enrique Sayagues-Laso*. Madrid: Instituto de Estudios de Administración Local, 1969.
- PEZZELLA, Maria Cristina Cereser. Relação de consumo: pessoa como sujeito de direitos na sociedade da informação. In: ENCONTRO NACIONAL DO CONPEDI, 20, 2011, Florianópolis. *Anais...* Florianópolis: Fundação Boiteux, 2011. Disponível em: <<http://www.conpedi.org.br/manaus/arquivos/anais/XXencontro/Integra.pdf>>. Acesso em: 19 dez. 2011.
- PIGOU, A. C. *Teoría y realidad económica*. Tradução Samuel Vasconcelos. México: Fondo de Cultura Económica, 1942.
- PUENTES, Samuel. Da radiocomunicação em face do Direito. *Revista de Direito*. Rio de Janeiro, v. 90, p. 14, 1928.

REZENDE, Astolpho. Falência das empresas jornalísticas. *O Direito*. Rio de Janeiro, v. 34, n. 101, p. 387, 1906.

RIBEIRO, Mendes. Irresponsabilidade. *O Estado de São Paulo*. São Paulo, 3 out 1987, p. 5.

ROSENFELD, Denis Lerrer. *A mídia e a democracia*. Paper apresentado a Concentração da mídia: debates no Conselho de Comunicação social. Brasília: Congresso Nacional, 2004.

SALLES, D. Eugênio. Para cardeal, País está inquieto com constituinte. *O Estado de São Paulo*. São Paulo, 3 out 1987, p. 5.

SAMUELSON, Paul A. *Introdução à análise econômica*. Tradução Luiz Carlos do Nascimento Silva. Rio de Janeiro: Agir, 1966.

SÃO PAULO. Tribunal de Justiça. Agravo de instrumento 0190462 – 31.2011.8.26.0000. Relator: Desembargador José Joaquim dos Santos. *J.* 6 set. 2011.

_____. Tribunal de Justiça. Apelação Cível 02.056.418. Relator: Desembargador Elio Santerelli Zuliani. *J.* 28 jan. 2000.

SCHUMPETER, Joseph Alois. *Capitalismo, socialismo e democracia*. Tradução Ruy Jungmann. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 1961.

SERPA, José Hermílio Ribeiro. *Direito Constitucional interdisciplinar*. Porto Alegre: Sérgio Antônio Fabris, 2006.

SILVA, José Afonso da. *Curso de Direito Constitucional positivo*. São Paulo: Malheiros, 2010.

SOMBART, Werner. *El apogeo del capitalismo*. Tradução Vicente Caridad. México: Fondo de Cultura Económica, 1946.

SOARES, Orlando. *Direito da comunicação*. 2. ed. Rio de Janeiro: José Konfino, 1977.

SOUZA, Washington Peluso Albino de. *Direito Econômico e Economia Política*. Belo Horizonte: Prisma, 1970.

_____. *Lições de Direito Econômico*. Porto Alegre: Sérgio Antônio Fabris, 2002.

_____. *Primeiras linhas de Direito Econômico*. 6. ed. São Paulo: LTr, 2005.

_____. *Teoria da Constituição Econômica*. Belo Horizonte: Del Rey, 2002.

STEVANIM, Luiz Felipe de Ferreira. *As charges do Profeta: dilemas da liberdade de imprensa na era da globalização*. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/premios/luiz_stevanim.pdf>. Acesso em: 19 dez. 2011.

TAVARES, Rita. Constituinte pode rever legislação sobre a censura. *Folha de São Paulo*. São Paulo, 29 dez. 1985, p. 10.

TEPEDINO, Gustavo. *Temas de Direito Civil*. Rio de Janeiro: Renovar, 2001.

VIANNA, Gaspar. Os serviços de telecomunicações na Constituição brasileira de 1988. *Revista de Informação Legislativa*. Brasília, v. 27, n. 107, p. 29, jul/set. 1990.

VICHI, Bruno de Souza. Democracia nos meios de comunicação social. *Revista Trimestral de Direito Público*. São Paulo, n. 30, 2000.

Data da submissão: 4 de fevereiro de 2012

Avaliado em: 29 de fevereiro de 2012

Aceito em: 9 de abril de 2012

