

Mercado e Liberdade de Expressão

Lígia Mota – Prof. Dr. Paulo MacDonald (orientador)

1. Introdução

A partir da análise da distribuição dos meios de comunicação na América Latina, e considerando sobretudo a televisão, em que há dominância de determinados grupos empresariais sobre este mercado, verifica-se fraco pluralismo de ideias, o que afeta a liberdade de expressão, o debate político e, por consequência, a democracia, que pressupõe a livre circulação de opiniões e informações .

2. Objetivos

O presente trabalho surge do interesse em estudar a distribuição dos meios de comunicação sob um viés mercadológico, bem como qual seria o formato de distribuição da mídia que melhor permitisse que ela cumpra seu papel de disseminadora de informações e fomentadora do debate político.

3. Metodologia e Fundamentação

- I. Revisão bibliográfica de obras indicadas pelo orientador, que tratam de liberdade de expressão, democracia e microeconomia;
- II. Pesquisa sobre regulamentação e distribuição dos meios de comunicação no Brasil;
- III. Análise de documentários que tratam das diversas formatações de mercado e concorrência.

4. Resultados e Conclusões Parciais

1. A eficiência do mercado se relaciona à sua capacidade de fornecer de forma adequada aos consumidores

aquilo que eles necessitam, na forma e no tempo em que eles necessitam – o mesmo ocorre no mercado midiático – aqui, porém, não são oferecidos (apenas) produtos, mas também informações e dados essenciais para o exercício da cidadania;

2. A qualidade dos serviços fornecidos pelos meios de comunicação, das informações e programas disponibilizados, assim como no mercado de consumo, está intimamente ligada à livre concorrência;

3. Um mercado midiático monopolizado afeta não apenas a qualidade da informação difundida, mas também prejudica a livre circulação de ideias, uma vez que os meios de comunicação buscam firmar os ideais políticos de seus proprietários – conseqüentemente, a liberdade de expressão e o debate político são prejudicados;

4. Sob esse prisma, é de suma importância que o ente estatal regule os meios de comunicação, a fim de evitar monopólios, possibilitando, desse modo, maior pluralismo no meio midiático.

5. Bibliografia Básica

1. ROWBOTTOM, Joseph. **Democracy Distorted**. University of Cambridge: New York, 2010.
2. SAMUELSON, Paul; Nordhaus, William. **Microeconomics**. McGraw-Hill Irwin: New York, 2010.
3. BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. **Uma história social da mídia : de Gutenberg à internet**. Editora Zahar LTDA: Rio de Janeiro, 2016.
4. BOURDIEU, Pierre. **Sobre a Televisão seguido de A Influência do Jornalismo e Os Jogos Olímpicos**. Jorge Zahar Editor LTDA: Rio de Janeiro, 1997.

