

- **UNESCO**

- **Educação**

- **Ciências Naturais**

- **Ciências Humanas e Sociais**

- **Cultura**

- **Comunicação e Informação**



United Nations Educational,
Scientific and Cultural Organization



English

- **UNESCO /**

- **Escritório no Brasil**

- **/ Comunicação e Informação**

- **/ Desenvolvimento de Mídia**

- **Temas**

- **Educação**

- **Ciências Naturais**

- **Ciências Humanas e Sociais**

- **Cultura**

- **Comunicação e Informação**

- **Liberdade de Expressão**

- **Acesso à Informação**

- **Desenvolvimento de Mídia**

- **Uso de TICs na Educação**

- **Temas Especiais**

- **Sobre o Escritório da UNESCO em Brasília**

- **Fale Conosco**

- **Vagas de Trabalho**

- **Redes e Parceria**

- **Prêmios e Celebrações**

- **Nesta Região**

- **Escritórios na Região**

- **Comissões Nacionais**

- **Recursos e Serviços**

- **Arquivo de Notícias**

- **Mídia e Divulgação**

- **Multimídia**

- **Publicações**

- **Instrumentos Normativos**

- **Estatísticas**

- **Pesquisas e Avaliações**

Desenvolvimento da Mídia no Brasil



As condições históricas que levaram à formatação do marco regulatório brasileiro para o setor das comunicações acabaram por produzir um cenário de elevada concentração tanto da propriedade de diversas empresas de mídia como da produção e distribuição de conteúdos midiáticos.

A Constituição Federal brasileira assegura aos cidadãos um amplo acesso à informação a partir de diferentes e variadas fontes, dentro de um ambiente democrático, que garanta as liberdades de expressão e de imprensa. Entretanto, a realidade demonstra que o país tem ainda um longo caminho pela frente em relação a diversificar suas fontes de informação, o que poderia incluir, por exemplo, canais governamentais e comunitários.

O fato é que a área de Comunicação no Brasil está ancorada em uma legislação institucional – que é quem, de fato, dita as regras – que remonta a 1962 e que não responde aos desafios políticos e sociais decorrentes da Constituição Federal de 1988 ou da nova realidade social brasileira.

Mídia comercial:

A propriedade de diversas empresas de mídia está nas mãos de grupos políticos instalados nos variados níveis dos poderes Legislativo e Executivo. A mídia brasileira é dominada por 35 grupos nacionais que juntos controlam 516 veículos, sendo que uma única rede de televisão detém 51,9% da audiência nacional ([Mídia Dados 2007](#)).

Mídia pública:

Além da mídia comercial, a Constituição Federal de 1988 preconiza a existência de dois outros sistemas, o estatal e o público. Na ausência de uma definição clara acerca dos dois outros eixos, supõe-se que no sistema estatal estejam inseridos os veículos que têm por missão divulgar as atividades dos poderes públicos – e, logo, estariam comprometidos com as diretrizes programáticas dos dirigentes desses poderes. Já no sistema público estariam incluídos os veículos com uma linha editorial distanciada, tanto dos interesses que regem a lógica do sistema comercial quanto do estatal.

- O Governo Brasileiro se esforça em criar uma Empresa Pública de Comunicação, financiada pelo orçamento da União, porém com garantia institucional de liberdade editorial. Há uma recentíssima implementação do modelo que ainda carece de avaliação mais criteriosa.
- O crescimento expressivo das mídias institucionais dos poderes Legislativo e Judiciário nos planos federal, estadual e municipal, o que contribui para um maior acesso às informações produzidas por esses atores.

Mídia comunitária:

A mídia comunitária é regulada por legislação própria, foco de grandes tensões entre as partes interessadas. A real função dessas emissoras de contribuir para o desenvolvimento social de um público local, segundo as pesquisas mais recentes, tem sido direcionada para o atendimento de interesses comerciais, religiosos e político-eleitorais.

- É crescente o número de rádios comunitárias no país. A pesquisa do [IBGE](#) de 2007 indica que 48,6% dos municípios brasileiros contam com rádios comunitárias, superando pela primeira vez as emissoras comerciais de FM (34,3%) e as de AM (21,2%).

Capacitação de profissionais de mídia:

É cada vez mais atual, no contexto brasileiro, a preocupação com a eficácia, efetividade e eficiência dos cursos superiores de jornalismo, especialmente no que diz respeito a sua capacidade de formar profissionais da imprensa com habilidade em cobrir a complexa agenda dos direitos humanos e do desenvolvimento humano.

- Existe a necessidade de se aprimorar a qualidade dos centros de formação de futuros jornalistas e da ampliação da oferta de ferramentas destinadas à cooperação com as redações – destaque para a mídia comunitária – na direção de garantir cobertura mais sintonizada com a agenda dos direitos humanos.

Informações Adicionais

Para mais informações relativas ao tema Desenvolvimento de Mídia, por favor, visite:

Sites:

- [Objetivo estratégico 3](#): terceiro objetivo estratégico da UNESCO em Comunicação e Informação no Brasil
- [Setor de Comunicação e Informação da UNESCO](#) (em inglês e francês):
 - [Media Development](#) (Desenvolvimento de Mídia)

Fontes em Multimídia:

Fontes Bibliográficas:

- [Direitos humanos na mídia comunitária - spots de áudio](#)
- [Documentos e Publicações em Desenvolvimento de Mídia em português](#): resultado de busca na base de dados UNESDOC
- [Publicações UNESCO em Comunicação e Informação](#): que estão disponíveis para aquisição

• [Printer friendly version](#)