

## **Título**

Estudo comparativo sobre políticas públicas de comunicação na América Latina<sup>1</sup>

## **Autora**

Juçara Gorski Brittes<sup>2</sup>

## **Resumo**

A América Latina volta a debater suas políticas de comunicação, sob a justificativa de que o marco regulatório é inadequado à nova configuração tecnológica dos meios de comunicação e ao momento político. Por este motivo, e por entender que as políticas públicas de comunicação são componentes do processo emancipatório das sociedades, desenvolvemos pesquisa coletiva, envolvendo professores e estudantes do curso de Jornalismo da UFOP. Almeja-se, em perspectiva comparativa, mapear os quadros regulatórios dos meios de comunicação, iniciando o estudo no Brasil e na Argentina. Acrescenta-se análise de conteúdo midiático, para observar se há discrepâncias entre as falas oficiais e as dos meios de comunicação convencionais, leia-se disputa entre interesse público e privado, o que dificulta a consolidação do direito à comunicação naqueles países.

## **Palavras-chave**

Políticas de comunicação; marco regulatório; direito à comunicação; políticas públicas

O que se assiste na América Latina em termos de políticas públicas de comunicação nos permite formular a hipótese de que a história se repete, reconfigurando um cenário de disputas desiguais entre o interesse público e o privado. Situação semelhante foi vivenciada nos anos 1980, quando a UNESCO encampou a proposta de promover uma Nova Ordem Mundial da Informação e da Comunicação (Nomic), sugerindo aos países membros que adotassem Políticas Nacionais de Comunicação (PNC), com o intuito de reduzir o desequilíbrio informativo então comprovado por meio de pesquisas. A mídia da época logrou boicotar o projeto, acusando-o de servir a propósitos do comunismo, inimigo mortal da imprensa conservadora naquele momento de Guerra Fria. Há fortes indícios de que mecanismos semelhantes sejam adotados agora, em que a discussão volta aos palcos latino-americanos.

O trabalho aqui relatado encontra-se em desenvolvimento, constando do levantamento de dados sobre o marco regulatório do Brasil e Argentina, junto com o estudo das questões

---

<sup>1</sup>Trabalho apresentado no GP Políticas e Estratégias de Comunicação, XII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Professora da Universidade Federal de Ouro Preto ([jubrittes@gmail.com](mailto:jubrittes@gmail.com)).

Participam da pesquisa relatada neste *paper* os alunos de Iniciação Científica Rolder Wangler de Oliveira, Mayara Gouvea e Joyce de Cássia Pereira Afonso

teóricas e metodológicas que auxiliam a interpretar a regulamentação dos meios de comunicação: políticas públicas, marco regulatório, análise de conteúdo. Estamos desenvolvendo estudos bibliográficos e documentais, os quais serão complementados com entrevistas.

Procederemos, na sequência, ao tratamento dos dados por meio de análise comparativa, com a finalidade de responder as seguintes questões: Qual legislação vigora nestes países? O que está sendo alterado? Existem semelhanças, nestes dois momentos, entre os países estudados? Para subsidiar a análise comparativa, realizaremos análise de discursos e de conteúdo das matérias coletadas nos principais jornais dos países em análise, na versão eletrônica, quando será possível verificar, também, o enquadramento jornalístico adotado. Com tais informações poderemos observar o papel que a imprensa exerce nesses países e, posteriormente, ampliar a investigação para outros quadrantes.

### **Cenário Brasileiro<sup>3</sup>**

Segundo o artigo 220 da Constituição Federal (CF), a informação é um bem público ao qual todo cidadão tem direito. No entanto, os principais veículos nacionais estão nas mãos de grupos empresariais familiares, ligados a setores religiosos e políticos, que dominam o mercado através da propriedade cruzada, ou seja, são proprietários de jornais, revistas, concessões de TV e rádio, entre outros empreendimentos do campo da comunicação. São verdadeiras oligarquias, que interferem no processo de formação da opinião pública, principalmente no que tange aos veículos mais utilizados pela população brasileira- rádio e televisão. Tal situação contraria o parágrafo quinto do citado artigo, que determina: “Os meios de comunicação social não podem, direta ou indiretamente, ser objeto de monopólio ou oligopólio.”

Empresas familiares como o Sistema Brasileiro de Televisão (SBT), a Rede Bandeirantes e a Rede Globo, estão presentes em praticamente todo o território brasileiro, juntamente com a Rede Record, empresa de comunicação de propriedade do “bispo” Edir Macedo, fundador da Igreja Universal do Reino de Deus. Os grupos políticos estão infiltrados nesse monopólio comunicacional e também detém grandes fatias do mercado midiático. Um

---

<sup>3</sup> Mesmo etendendo que os dados aqui compilados são bastante conhecidos pelos estudiosos do segmento no Brasil, entendemos ser necessário acrescenta-los uma vez que pretende-se compartilha-los com pesquisadores de outras nacionalidades.

exemplo é a família do ex-presidente José Sarney, dona do Sistema Mirante de Comunicação, filiado à Rede Globo, e que controla, além de três canais na TV VHF<sup>4</sup> seis emissoras de rádio e um jornal no Maranhão. Outro exemplo é o império construído pela família de Antônio Carlos Magalhães: a Rede Bahia de Comunicação, também filiada à Globo e detentora de dez veículos naquele Estado.

O projeto *Donos da Mídia*<sup>5</sup> constatou que até 2009, 271 políticos, entre prefeitos, governadores, senadores e deputados, eram sócios ou diretores de nada menos que 324 veículos de comunicação do país.

Em 2002, a revista *Carta Capital* publicou um artigo do Instituto de Pesquisas e Estudos em Comunicação, informando que as seis principais redes privadas nacionais<sup>6</sup> detêm 667 veículos, abrangendo emissoras de rádio e TV e jornais.

Os grupos cabeças-de-rede, que geram a programação de televisão, buscam nos afiliados sustentação nas regiões e amplitude de presença no mercado. Em troca dão fôlego econômico e uma face institucional a projetos empresariais e políticos regionais (...). Os 667 veículos ligados às seis redes privadas nacionais são a base de um sistema de poder econômico e político que se ramifica por todo o Brasil e se enraíza fortemente nas regiões. (Görger, Herz e Osório, 2002, p. 17).

É papel do Congresso Nacional distribuir as concessões e outorgas aos veículos de comunicação no país. No entanto, a tarefa é realizada de maneira parcial, atendendo aos interesses econômicos privados. Sendo assim, os políticos que distribuem as outorgas e os empresários que as recebem, agem como se fossem seus donos. Segundo Bayma, as concessões de rádio e TV têm servido como moeda de troca entre estado e setor privado.

Entre 1985 e 1988, o então presidente Sarney concedeu um grande número de licenças de emissoras de rádio e TV para empresas ligadas a parlamentares federais, os quais ajudaram e a aprovar a emenda que lhe deu cinco anos de mandato. Já na era Fernando Henrique Cardoso, até setembro de 1996, foram autorizadas 1848 licenças de RTV, repetidoras de televisão, sendo que 268 para entidades ou empresas controladas por 87 políticos, todos favoráveis à emenda da reeleição. (Bayma, 2001, p. 140)

---

<sup>4</sup> **VHF** é a sigla para o termo inglês **Very High Frequency (Frequência Muito Alta)** que designa a faixa de radiofrequências que está entre 30 e 300 Mc/s. A VHF é utilizada para a transmissão do rádio e da televisão analógica.

<sup>5</sup> O **Projeto Donos da Mídia** reúne dados públicos e informações fornecidas pelos grupos de mídia para montar um panorama completo da mídia no Brasil. [www.donosdamidia.com.br](http://www.donosdamidia.com.br)

<sup>6</sup> As seis principais redes privadas de comunicação no país são Rede Globo, Rede Record, Sistema Brasileiro de Televisão (SBT), Rede Bandeirantes, RedeTV e CNT.

Nesse quadro, onde Estado e grandes empresas trabalham juntos pela concentração da “propriedade”, pela distribuição de concessões com base na troca de favores, tem-se o que chamamos de coronelismo eletrônico. Para Lima e Lopes ...

No coronelismo eletrônico (...) a moeda de troca continua sendo o voto, como no velho coronelismo. Só que não mais com base na posse da terra, mas no controle da informação – vale dizer, na capacidade de influir na formação da opinião pública. A recompensa da União aos coronéis eletrônicos é de certa forma antecipada pela outorga e, depois, pela renovação das concessões do serviço de radiodifusão que confere a eles poder na barganha dos recursos para os serviços públicos municipais, estaduais e federais. (Lima e Lopes, 2007, p. 3).

Além disso, as grandes redes de televisão só conseguem se manter através do apoio estatal financeiro, já que as publicidades oficiais são responsáveis por cerca de metade de suas rendas. Segundo a Secretaria de Comunicação Social da Presidência (Secom), só em 2010, ano eleitoral, foram gastos quase 650 milhões de reais em anúncios. Diante deste panorama, faz-se urgente a regulamentação de políticas públicas de comunicação realmente eficazes, que possibilitem a democratização da mídia no país.

### **História recente**

A Constituição de 1988 entendia os serviços de rádio e TV como um único setor, seguindo alguns preceitos do Código Brasileiro de Telecomunicações (CBT), editado em 1962. Além de classificar os serviços de telecomunicações quanto ao fim a que se destinam, o CBT estipulava prazos para as concessões e estabelecia princípios jornalísticos, como veracidade das informações e predominância do interesse público acima de tudo.

Em 1995, no governo de Fernando Henrique Cardoso, foi editada a Emenda Constitucional Número 8, permitindo a privatização dos serviços de transmissão de dados, que ficavam sob a exploração de duas empresas: a Telecomunicações Brasileiras (Telebrás) e a Empresa Brasileira de Telecomunicações (Embratel). Assim, os serviços de rádio e de telecomunicações foram separados administrativamente. Estes ficaram a cargo da Agência Nacional de Telecomunicações (ANATEL), que elabora, administra e mantém os Planos Básicos de Distribuição de Canais, conforme previsto na Lei Geral de Telecomunicações (LGT), criada em 1997. Já as rádios permaneceram administradas pelo Poder Executivo,

representado pelo Ministério das Comunicações e sob a égide do Código Brasileiro de Telecomunicações (CBT).

Passados quase dez anos das últimas mudanças, o Supremo Tribunal Federal (STF) foi responsável por algumas decisões que modificaram o rumo das comunicações. Em abril de 2009, sete dos onze ministros que compõe o STF votaram a favor da revogação da Lei de Imprensa, criada ainda durante o governo militar, em 1967. Em 17 de junho do mesmo ano, foi votada a queda da obrigatoriedade do diploma para o exercício da profissão de jornalista, o que desestabilizou a classe dos profissionais, o que tem sido considerado facilitador de distorções nas informações.

Uma vez derrubada a Lei de Imprensa, os veículos impressos circulam sem nenhum tipo de regulamentação. As grandes empresas se veem livres de quaisquer obrigações para com a sociedade no que tange à divulgação de conteúdo jornalístico. Paralelamente a isso, o CBT e LGT já não se encaixam no cenário atual, já que, além de serem antigos, não levam em consideração a consolidação de uma plataforma que, a partir do final do século, tornou-se uma das mais importantes do mundo, a internet. Oscar de Barros, representante do Piauí no Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC), defende, em seu blog, a criação de um marco regulatório para este segmento.

A área de comunicação não tem seu Marco Regulatório. Existem leis para diversas áreas da comunicação, mas dispersas entre si. Radio e TV, por exemplo, são contemplados pelo Código Brasileiro de Radiodifusão datado do início dos anos 60. De lá para cá, as telecomunicações se ultra desenvolveram, apareceu a internet, agora rádio e TV são digitais, e nada de se abrir mão do velho Código. (Barros, 2011)

A partir deste cenário e do florescimento da discussão sobre políticas públicas de comunicação em outros países da América do Sul, o debate sobre um novo marco regulatório, ainda que timidamente, começa a ressurgir no Brasil.

### **Novos horizontes**

A América do Sul passa, neste momento, por um processo de discussão sobre novos rumos para a comunicação. Países que enfrentaram há pouco tempo um regime autoritário, com práticas severas contra a liberdade de comunicação, retomam antigas reivindicações sobre o direito à comunicação, atributo vital para a democracia. Apesar da resistência do empresariado do setor, a sociedade civil vem se articulando de variadas formas para que as

decisões não sejam tomadas com base na vontade de uma minoria, uma vez que as mudanças afetam diretamente a vida do indivíduo, podendo tanto privá-lo do acesso à informação transparente, quanto torná-lo parte da construção de um espaço público com diversidade informativa.

Vale destacar a iniciativa da criação da Empresa Brasil de Comunicação (EBC), como uma tentativa de promover uma rede de comunicação pública. Foi criada em 2007 para gerir as emissoras de rádio e televisão públicas federais, entre as quais a TV Brasil, canal de televisão público do governo federal brasileiro. O novo canal estreou sua programação inaugurando as transmissões de sinal de TV Digital em território brasileiro e a TV Brasil Integración, canal que divulga o país para os países latinos. A emissora faz parceria com canais, como a Telesur para o Brasil ser valorizado no continente. A EBC nasce da fusão dos patrimônios da Empresa Brasileira de Comunicação (Radiobrás) e da Associação de Comunicação Educativa Roquette Pinto (Acerp), que cordenava a TVE.

A empresa está vinculada à Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República. A sede é em Brasília, mas há centros de produção e outros escritórios regionais pelo país. Segundo fontes oficiais, a EBC tem autonomia de programação e distribuição de conteúdos no sistema público de radiodifusão, que tem a finalidade de prestar serviços de radiodifusão pública com o objetivo de promover a cidadania. A programação da EBC é exibida em redes de televisão e rádio (prevê-se a interação dos vários veículos se dê por meio da internet) do governo federal, com temas das áreas de educação, arte, cultura, ciência e tecnologia e estimular a produção de conteúdos regionais, nacionais e independentes. Resta observar se tais objetivos estão sendo cumpridos realmente.

Outro passo no rumo do estabelecimento de políticas públicas de comunicação foi a organização da I Conferência Nacional de Comunicação (Confecom), em 2009. Do ponto de vista temático, foi dividida em cinco eixos. O primeiro indica mudanças no marco regulatório. Entre as várias recomendações de alteração na legislação, foram separadas como um segundo eixo específico as relativas à regulamentação do Artigo 221 da Constituição Federal, que estabelece como prioridade para a programação das emissoras de rádio e televisão as finalidades educativas, artísticas, informativas e culturais e institui como diretrizes a promoção da produção regional e independente. O terceiro eixo das propostas é a revisão da legislação para direitos autorais.

Esta é uma demanda do próprio governo, puxada pelo Ministério da Cultura. A intenção seria quebrar os privilégios de intermediários, como gravadoras e editoras, e ampliar o acesso aos bens culturais sem deixar de remunerar os artistas. A aprovação do marco civil da internet está no quarto grupo de indicações. O quinto segmento requer a definição de um modelo de regulação para a comunicação pública. Mesmo com a aprovação da Lei que cria a EBC (11.652/2008), diversas resoluções apontaram a necessidade de definir uma normatização que abranja todas as mídias públicas, especialmente no que tange aos mecanismos para a promoção da sua independência.

Em 2011, Dilma Rousseff assume a presidência da República com a promessa de enviar ao Congresso um pré-projeto de regulamentação da comunicação. Como mais de um quinto dos parlamentares têm ligação direta ou indireta com canais midiáticos, pode-se imaginar as pressões que a presidenta enfrentou. Em fevereiro do mesmo ano, os deputados Emiliano José (PT-BA) e Luiza Erundina (PSB-SP) lideraram a criação da Frente Parlamentar pela Liberdade de Expressão e pelo Direito à Comunicação, com o objetivo de promover o debate em torno do projeto prometido, mas que até hoje está engavetado.

O que incomoda os donos da mídia são aspectos do projeto que restringem o uso inadequado das concessões. Um deles se refere à proibição da propriedade cruzada dos veículos. Outra exigência é a defesa da transparência das regras e procedimentos democráticos para concessão e renovação de outorgas para a exploração dos sinais para rádio e TV. O responsável por conceder essa permissão é o Congresso Nacional, como afirma o artigo 223 da Constituição Federal. Por força de lei, a sua duração varia de acordo com os tipos de veículos, sendo 10 anos para rádio e 15 para TV. O motivo do descontentamento quanto a esse assunto se resume na não divulgação dos critérios que permeiam a seleção dos contemplados com a aprovação do pedido. Visto que esses dados não chegam ao conhecimento da população e não são divulgados pela imprensa, a escolha pode atender a interesses pessoais, visando algum tipo de lucro, ou se torna moeda de troca em jogos políticos.

Por meio da análise de conteúdo que está em andamento, detectamos vários exemplos de uma cobertura parcial e distorcida da imprensa em relação à temática, entre os quais citamos:

- 1- A campanha veiculada na mídia brasileira, em 2004, diante da possibilidade de se criar um Conselho Federal de Jornalismo (CFJ), cujo enquadramento remeteu a censura, atentado à liberdade de expressão, entre outros *framings*.
- 2- A cobertura a respeito do diploma para o exercício da profissão de jornalista, hoje encampado pela PEC 33/09. O que foi agendado foi uma falácia jurídica lamentável. Na boca da mídia, exigir diploma para o exercício da profissão jornalística é puro e simples atentado à liberdade de expressão;
- 3- A cobertura esquizofrênica dada à Conferência da Comunicação, a qual, na análise de Celso Schröder<sup>7</sup>, apresenta um cenário que só existe para os empresários. Reproduzimos alguns trechos a seguir:

“(…) De novo, como nos grandes momentos políticos da história brasileira, houve duas Conferências Nacionais de Comunicação. A da vida real e a do mundo paralelo da grande mídia nacional.

Para os movimentos sociais a Conferência dava a chance de finalmente atribuir algum sentido público para um dos sistemas mais concentrados e verticalizados do mundo. Para as empresas, era a chance de se reorganizarem, segundo seus interesses, em função da inexorável convergência tecnológica que imprime um novo modelo de negócio.

A Abert (Associação Brasileira de Rádio e Televisão), A Associação nacional dos Jornais (ANJ) e seus aliados abandonaram a Conferência depois de instalada, e já com boa parte de seu regimento interno discutido e aprovado, com a nítida intenção de boicotá-la e deslegitimá-la. O que só não ocorreu devido à enorme participação popular pelo Brasil afora, com mais de duzentas conferências municipais, além das estaduais realizadas em todas as unidades da Federação, e a permanência do setor empresarial representado pela Associação Brasileira de Radiodifusores (Abra) e pela Associação Brasileira de Telecomunicações (Telebrasil).

As raras notícias do mundo paralelo sobre a Conferência apenas repetiram uma ideia firmada desde a tentativa deste governo de criar uma agência reguladora do audiovisual, a Ancinave em 2006, reafirmada depois durante a tentativa dos jornalistas criarem seu conselho profissional. Nestas duas ocasiões, assim como havia acontecido no debate constitucional, os empresários dos meios de comunicação hegemônicos, construíram uma lógica inversa afirmando que a tentativa de regular a mídia tinha, na verdade, o objetivo de amordaçá-la. Claro, a História que se dane. (...)”

---

<sup>7</sup> O texto citado está publicado no site do FNDC em 09/01/2010 >[www.fndc.org.br](http://www.fndc.org.br)<



Observa-se que, ao mesmo tempo, que as emissoras demonstram avanços ao abordar temáticas relacionadas ao racismo, homofobia e portadores de necessidades especiais. Mas se negam a participar da construção de um marco regulatório para o setor.

### **Primeiras anotações sobre a comunicação na Argentina**

Os atrasos tecnológicos que foram evidenciados no início do século passado na América Latina atingiram em cheio a Argentina, principalmente no setor das comunicações. Entendemos que grande parte da responsabilidade deste problema deve ser colocada na conta da ditadura militar, que durou 17 anos. Quando os civis voltaram ao poder, em 1983, a Argentina enfrentava problemas diferentes dos vivenciados em períodos de democracia anteriores, nos quais verificava-se uma visão progressista sobre a comunicação social, de modo geral, e a cultura nacional, em particular.

Os objetivos anteriores, de independência cultural e de incentivo à produção nacional, preponderantes nos anos 60, perdem a importância frente aos graves problemas sociais encontrados. Além disso, a sociedade civil não estava convencida de que o Estado tivesse condições de coordenar as atividades dos Meios de Comunicação. “Permanecia uma preocupação com a democratização da indústria cultural, sobretudo no que se referia ao grau de concentração e monopolização do setor” (Brittes, 1997, p. 37).

O clima dos anos 60 retorna, pouco tempo após a redemocratização da Argentina, quando recomeça a discussão sobre a regulamentação das políticas públicas de comunicação. No governo de Nestor Kirchner, ocorreu a estatização de uma parte da empresa detentora da venda de papel para as companhias midiáticas, a Papel Prensa. Criada durante a ditadura militar, até 2011, era controlada pelas grandes empresas privadas de comunicação do país, como La Nación, Grupo Clarín, Diário Olé, detentoras de 75% do mercado de papel da Argentina.

O mal-estar entre os proprietários de jornais, destacando-se aí o Clarín e o La Nación, aumentou em 2011, quando Cristina Kirchner, conseguiu a aprovação dos parlamentares da lei que declara “bem de interesse público” a produção, distribuição e comercialização do papel-jornal, ainda concentrada nas mãos da Papel Prensa.

Desde 2009, a Argentina dedica atenção especial à comunicação social. Com a criação do Sistema Televisão Digital Argentino Terrestre, por meio do decreto 11.48, de 31 de agosto

de 2009, também foi criado o Conselho Consultivo da Argentina, que no Brasil poderia ser comparado ao Conselho de Comunicação. Esse decreto ganhou mais força quando foi sancionada a Ley de Medios.

Entre os avanços percebidos, existe a lei 26.092 que cria o Argentina Business Solutions Satellite Corporation (AR-SA). Esta presta assessoria tanto ao país quanto a terceiros no que diz respeito à exploração, utilização e fornecimento de instalações de satélite, assim como a comercialização dos serviços. Esses dois decretos são parte de uma estratégia da presidente Cristina Kirchner para garantir que toda a população tenha acesso à informação. A plataforma criada para instalação da televisão digital tem um cunho social muito evidente. O plano seria que todos pudessem ter acesso a notícias, ao entretenimento e à política de qualquer parte do país.

A “Ley de Medios” foi amplamente discutida em todas as esferas públicas na Argentina. A imprensa, como previsto, interpretou que, com esse projeto, a presidenta pretendia ferir o direito legítimo que a imprensa tem de ser livre, de se informar e informar aos outros sobre os mais diversos assuntos sem nenhuma influência.

Em escolha aleatória por meio da barra de busca do diário eletrônico Clarín, encontramos o seguinte texto:

*“ Es evidente que las últimas decisiones de la presidenta Cristina Fernández de Kirchner fueron tomadas **de apuro y en un contexto de gran conflictividad política** . La Presidenta se empeña en demostrar que está dispuesta a **ir más allá de la ley en el conflicto con la prensa y probablemente en cualquier otro posterior**, ya que una vez que se rompe el dique, los límites institucionales importan cada vez menos.*

*Increíblemente y sin registrar precedentes, ser reservó la friolera de setenta minutos de cadena nacional para **reinventar la historia argentina reciente**.*

*Está claro que ni este ni cualquier otro recurso público va a ser usado con ningún límite lógico ni de sentido común, siempre que se trate de otra batalla por el control de los medios. Mientras ella presentaba su nueva prioridad, su gobierno trabajaba a todo vapor en la **única política sostenida en el tiempo desde la gestión Kirchner en Santa Cruz: el sometimiento de los medios que no mantienen línea editorial adicta**.*

*El control de la prestación de servicios de Internet se abrió su propio camino en la resolución del ministro De Vido dictando la caducidad de la licencia a Fibertel; y el control de los medios audiovisuales, por su parte, alumbraba una serie de regulaciones mucho más restrictivas que la ley de medios. (...)*

*Dicho decreto, y otros como el de la grilla del cable, se dictaron **aún cuando están suspendidos varios artículos de la ley, entre ellos los que***

*justamente se refieren a los temas reglamentados . Pero además, y lo más grave, es que han decidido que la Presidenta también puede legislar y modificar la ley de medios a su antojo para hacerla aún más restrictiva . (...)*

*Tales facultades confiscatorias y el rol del delegado administrador serán tan amplias como en otros tiempos nefastos de la historia argentina, ya que el proceso se podrá imponer de oficio en el plazo de un año. (...)*

*En cuanto a los contenidos, también avanza sobre regulaciones que no estaban contempladas en la ley sobre los horarios centrales , afectando la libertad de programación, en una ecuación, que, como sostuvimos en el debate de la ley, alterará el desarrollo de la industria audiovisual sin tener en cuenta las consecuencias sobre los puestos de trabajo. (...)*

*En definitiva, la reglamentación de la Ley de servicios de comunicación es claramente violatoria del artículo 99 inc. 2 de la Constitución, que permite reglamentar las leyes pero sin alterarlas . Y avanza, tal como acostumbra el Gobierno en su política de control de los medios, un paso más allá de la ley, limitando a todos los argentinos derechos y valores como la libertad de elección, la libertad de expresión y la libertad de prensa.”*

Enquanto isso, os setores progressistas argentinos ponderam de modo distinto:

“Se for aplicada, a lei pode transformar radicalmente o mapa dos meios locais. Além de gerar múltiplas fontes de trabalho e garantir um acesso mais democrático às concessões de radiodifusão. Para além do sucesso de sua aplicação, que implicará novas lutas por parte dos movimentos sociais, esta lei já gerou uma nova possibilidade de discussão sobre o papel social dos meios de comunicação. Pela primeira vez na Argentina, discute-se que o espectro radioelétrico pertence a todos e que o setor privado não é proprietário do espaço comum, ainda que possa usá-lo.” (Richter, 2009)

Além disso, a aprovação da referida lei abriu portas para discussões em toda a América Latina, com forte repercussão no Brasil.

O fato é que nos países vizinhos, a discussão tem avançado, ela encontra agora outros patamares de debate, enquanto no Brasil apenas tímidos progressos podem ser vistos, e são entrecortados por grandes retrocessos. A observação comparativa revela, portanto, que mesmo diante de democracias recentes, com histórico ditatorial e colonial e com indicadores sociais similares aos nossos, a discussão brasileira acerca da democratização das comunicações ainda encontra-se bastante atrasada. (Barros, 2010)

## **Ponderações**

A pesquisa em curso, apesar de ter dado apenas seus primeiros passos, já indica que as dificuldades encontradas pelos defensores da NOMIC se repetem neste momento em que

se reivindica a democratização da comunicação, por meio de um novo marco regulatório. Os grandes grupos ligados à comunicação, nos dois países estudados, resistem às mudanças que significam o fim dos impérios da mídia, sem medir consequências para a sociedade civil. Prevalecem os interesses privados e particulares. Está comprovado teoricamente que o estabelecimento de políticas públicas para a comunicação, entendidas na sua condição de políticas sociais, voltadas para o interesse coletivo, provoca o amadurecimento da esfera pública. A pluralidade e a desverticalização das informações são condição essencial para o fortalecimento da cidadania, pautadas no direito à comunicação. Aí se inserem a liberdade de imprensa, de expressão, programas de inclusão social via tecnologias da informação e da comunicação, entre outras iniciativas de democratização.

A<sup>8</sup> persistência da problemática das políticas públicas relativas aos mecanismos de formação da vontade geral, ou da esfera pública é alimentada pelo comportamento da imprensa, a qual, salvo nas plataformas livres, ou nas edições jornalísticas segmentadas, realiza uma cobertura inadequada sobre o tema, conforme demonstra a pesquisa intitulada *Mídia e Políticas Públicas de Comunicação*, publicada pela ANDI, em 2007<sup>9</sup>. Foram analisados cerca de 1200 jornais, com amostras colhidas num período de três anos. Os pesquisadores concluíram que, de maneira geral, os meios de comunicação brasileiros dedicam uma atenção seletiva e parcial aos temas mais polêmicos das Políticas Públicas de Comunicação – como a regulação de conteúdo e a propriedade cruzada, entre outros. Destacamos alguns dados da pesquisa:

- Apenas 1,8% do material analisado enfocam temas que dizem respeito à relação entre mídia e democracia – tais como controle social dos meios, democratização da comunicação e regulação;
- No caso das revistas, uma única publicação – *Carta Capital* – reuniu todos os textos que traziam como enfoque a discussão sobre a relação entre os meios de comunicação e o regime democrático de governo;
- Entre os jornais, apesar de não haver essa concentração do debate em um único veículo, o destaque ficou por conta do diário carioca *O Globo*, responsável por 1/5 dos textos.

---

<sup>8</sup> Trecho do paper apresentado pela autora, durante a 2ª. Conferência do Desenvolvimento (CODE) Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA), sob o título *As razões que a própria razão desconhece*.

<sup>9</sup> Disponível em <http://www.andi.org.br/politicas-de-comunicacao/publicacao/midia-e-politicas-publicas-de-comunicacao>. Último acesso em 20/11/2011.

Outro dado relevante explicitado pelo estudo diz respeito aos veículos que integram grupos de comunicação detentores de outras mídias – tevês, rádios, jornais, revistas e internet. Eles tendem a publicar bem menos textos sobre as políticas de comunicação do que os concorrentes com perfil oposto.

- Jornais ou revistas cujas empresas também possuem estações de televisão, respondem por 1,47% do material publicado, em média;
- Os que estão sob grupos que contam com concessões de rádio são responsáveis, cada um por, em média, por 1,61% da cobertura;
- Já os que não possuem nem rádio nem televisão contribuem, em média, com 6,2% da cobertura;
- Os veículos cujos grupos não detêm concessões de radiodifusão são os que, proporcionalmente, menos atrelaram suas coberturas – em 70,4% dos casos.

Essa perspectiva é reforçada, de forma preocupante, por outras conclusões da pesquisa:

- Em 82,2% dos textos analisados não há a mais remota menção aos cidadãos e cidadãs, que cotidianamente se relacionam com a mídia;
- O tratamento dispensado pelas redações às PPC focaliza, sobretudo, a televisão comercial. Importantes setores, como jornal, rádio e cabo são objeto de cobertura jornalística em uma proporção bastante menos significativa. Já em relação às diferentes formas de propriedade dos sistemas, as mídias educativas, comunitárias e institucionais recebem pouca atenção, se comparadas ao sistema privado/comercial.

A tarefa de nosso grupo de pesquisa prosseguirá agora com a sistematização do estudo sobre a malha legislativa referente à comunicação nos dois países, e no cruzamento das informações oficiais com as divulgadas na imprensa. Procederemos a comparação entre as duas realidades para concluir um primeiro período de investigação. Ela deverá prosseguir porque tais estudos têm uma natureza impermanente, haja vista o dinamismo da realidade, a todo o momento sujeita a mudanças, adaptações, avanços e retrocessos.

### **Referências bibliográficas**

BARROS, Oscar de. O que é marco regulatório de comunicação? Disponível em <http://acessepiaui.com.br/blog-do-oscar/o-que-marco-regulat-rio-da-comunica-o/13385.html>.

Último acesso em 14 de dezembro de 2011.

BAYMA, Israel. **A concentração da propriedade de meios de comunicação e o coronelismo eletrônico no Brasil.** Revista de Economia Política das Tecnologias de Comunicação e Informação. Volume III, nº 3, Sep/Dic 2001.

Brittes, Juçara. *Políticas de Comunicação no Mercosul - do nacional ao megarregional.* Dissertação de mestrado, Universidade Metodista de São Paulo (UMESP), São Bernardo do Campo, 1998.

HERZ, D.; OSÓRIO, P.L.; GÖRGEN, J. **Quem são os Donos.** Carta Capital nº 179, ano 8, p. 17-19. São Paulo: Confiança, 2002.

LIMA, Venício A. de; LOPES, Cristiano Aguiar. **Rádios Comunitárias – Coronelismo eletrônico de novo tipo (1999-2004).** Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo (Projor), 2007. Disponível em <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=439IPB001>.

Último acesso em 08 de dezembro de 2011.

Lei n. 1148, de 31 de agosto de 2009. Que el PODER EJECUTIVO NACIONAL, há efectuado diversos estudios sobre la implementación del Sistema de Televisión Digital Terrestre (TDT) em la REPUBLICA ARGENTINA. Recuperado em 12 de janeiro, 2012, de <http://www.mitvdigital.gob.ar/adjuntos/136/documentos/000/024/0000024087.pdf>

Lei n. 1785, de 18 de setembro de 2009 . Apruébase el Acuerdo para La conformación Del Consejo Asesor del Sistema. Recuperado em 12 de janeiro, 2012, de <http://www.mitvdigital.gob.ar/adjuntos/132/documentos/000/003/0000003423.pdf>

Constituição da República Federativa de 1988. Brasília. Recuperada em 10 de dezembro, 2011, de [http://www.planalto.gov.br/CCIVIL\\_03/Constituicao/Constitui%C3%A7ao.htm](http://www.planalto.gov.br/CCIVIL_03/Constituicao/Constitui%C3%A7ao.htm)