



Nova configuração comunicacional na América Latina: alguns países atualizam os marcos regulatórios e a radiodifusão avança no continente¹

Deborah Cunha TEODORO²
Universidade Estadual Paulista, Bauru, SP

RESUMO

Diante da recente redemocratização de alguns países latino-americanos, sobrevieram significativas transformações no setor das comunicações, com iniciativas regulamentares no sentido de fortalecer os sistemas públicos de radiodifusão, ampliando as possibilidades de acesso às faixas do espectro eletromagnético pelos diversos setores sociais e viabilizando a pluralidade e a diversidade nas produções audiovisuais. Com base na atual conjuntura político-econômica, alguns Estados instituíram novos marcos regulatórios, modernizando a estrutura comunicacional herdada do período ditatorial.

PALAVRAS-CHAVE: América Latina; comunicação audiovisual; mídia; radiodifusão; regulamentação.

TEXTO DO TRABALHO

Introdução

Nos últimos anos, alguns países da América Latina passaram por grandes mudanças estruturais nos setores político, econômico e social, deixando para trás um período de ditadura que cerceava a liberdade da população e dando ensejo a uma era democrática, que traz a lume grandes discussões para a reestruturação de todo o aparato estatal. Foi neste cenário que o continente tornou-se solo fértil a novas propostas de regulamentação para as comunicações audiovisuais, desencadeando várias modificações legislativas atentas com as necessidades dos diversos segmentos sociais, que passam a ter a chance de participar do processo para obter uma concessão de radiodifusão, além de contar com incentivos financeiros para viabilizar as próprias produções. Nesta toada, Venezuela, Argentina, Bolívia, Uruguai e Colômbia dão o tom da inovação e aprovam leis que inauguram um período promissor para as comunicações.

¹ Trabalho apresentado no DT 7 – Comunicação, Espaço e Cidadania do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 3 a 5 de julho de 2013.

² Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Unesp, email: deborahteodoro@hotmail.com.



Venezuela na luta contra o imperialismo comunicacional norte-americano

Aprovada no ano 2000 com 224 artigos, a Lei Orgânica de Telecomunicações da Venezuela estabelece um marco legal de regulação geral para o setor, garantindo o direito das pessoas à comunicação, bem como a realização das atividades econômicas de telecomunicações, em comum acordo com o ordenamento jurídico do país. Tal norma regulamenta, ainda, o mercado secundário de concessões que, dependendo do caso, deve ser submetido à aprovação da Conatel (Comissão Nacional de Telecomunicações), responsável por administrar, regular e controlar o espectro eletromagnético venezuelano. Já a supervisão dos serviços de telecomunicações fica a cargo do Ministério da Infraestrutura. As sanções para os concessionários do serviço de radiodifusão variam de admoestação pública, multa e revogação da concessão até prisão dos responsáveis. “O tempo de concessões de frequências de rádio e televisão é estipulado para um período máximo de 15 anos, podendo ou não ser prorrogado” (MARINGONI; GLASS, 2012, p. 78).

Apenas em 2005, período em que estava em curso o segundo mandato do presidente Hugo Chávez, sobreveio a aprovação da *Ley de Responsabilidad Social en Rádio y Televisión (Ley Resorte)*, que fortalece a produção nacional e independente com cotas e programas de fomento. Conforme estudo de Barros (2011, p. 6-7), a norma apresenta múltiplas redefinições para o setor, no intuito de democratizar o espectro eletromagnético e promover a participação social na comunicação, levando em conta, inclusive, tratados internacionais, como a Declaração Universal dos Direitos Humanos e a Declaração Universal dos Direitos da Criança.

A lei prevê ainda formas de organização dos expectadores para promover e defender seus interesses comunicacionais, para isso se consolidaram os Comitês de Usuários, como agrupações cidadãs que tem o poder legal de: dirigir solicitações, queixas ou reclamações aos prestadores desses serviços, que terão a obrigação de respondê-los em quinze dias úteis; ter acesso à arquivos de programas exibidos; participar do processo de elaboração, execução e avaliação de políticas públicas relacionadas à comunicação, apresentar projetos sobre educação e pesquisa acerca de mensagens midiáticas etc. (BARROS, 2011, p. 6-7).

A Lei Resorte também propôs a criação de uma Comissão de Programação de Televisão para avaliação de conteúdo. As mudanças no setor foram sucedidas pelo forte



embate entre as emissoras privadas e o governo, culminando, inclusive, com a não renovação da licença pública de radiodifusão da emissora RCTV no final de 2006. “A alegação de violações à nova lei tirou a emissora do ar e sua estrutura passou a ser utilizada pela Televisora Venezolana Social (TVes), definida para constituir um sistema público, embora seja vinculada ao Estado” (PEREIRA, 2009, apud BARROS, 2011, p. 7). Gerenciada por um fundação vinculada ao Executivo, a TVes é gerida por um conselho diretor composto por sete membros e, assim como todo o sistema público-estatal, financiada pelo governo. No fim de 2010, a Lei Resorte foi reformulada, dando lugar à *Ley de Responsabilidad Social en Radio, Televisión y Medios Electrónicos* (Lei 39.610).

Ainda no que diz respeito ao conteúdo, um estudo de Ávila (2008, p. 13) sobre a Telesur (*Nueva Televisión Del Sur*), rede multi-estatal inaugurada em 2005 na capital Caracas como “uma proposta do presidente Hugo Chávez de contestar a informação veiculada nos grandes meios de comunicação internacional, como a CNN”, aponta características interessantes. O autor analisou os noticiários *Telesur Noticias* e *Sintesis Latinoamericana*, veiculados pela rede de TV venezuelana, e constatou que ambos primam por apresentar uma programação voltada à América Latina, com produção de vários países em conjunto e reportagens culturais, abordando as diversas facetas do continente. Todavia, sua linha editorial demonstra que a emissora não possui independência em relação aos governos de suas mantenedoras, quais sejam, Venezuela, Cuba, Argentina, Uruguai, Equador, Bolívia e Nicarágua. “Nota-se que a cobertura de fatos e acontecimentos (principalmente políticos), privilegia movimentos e governos favoráveis aos ideais bolivarianos propostos pelo presidente venezuelano Hugo Chávez” (ÁVILA, 2008, p. 14).

A revolucionária *Ley de Medios* argentina

A aprovação da Lei dos Serviços de Comunicação Audiovisual (Lei 26.522/2009), popularmente conhecida como *Ley de Medios*, na Argentina, ocorreu após ser travado um verdadeiro embate político entre a presidenta Cristina Kirchner e os proprietários dos meios de comunicação que haviam conseguido suas emissoras sob a égide da lei anterior, que havia regulamentado a radiodifusão no período da ditadura militar (1976-1983). Além da vontade política, a nova lei contou com amplo debate em todas as esferas públicas, já que o projeto que a originou foi exaustivamente discutido



em fóruns, atos populares, manifestações e movimentos sociais em todas as províncias, além de receber ampla contribuição da sociedade civil e de especialistas na área, os quais foram responsáveis por elaborar o texto final. Neste sentido, aponta a observação de Ramírez (2010, p.05).

No caso do debate sobre a Lei 26.522, na Argentina, houve um enorme interesse dos diversos setores que compõem a sociedade civil e um grande empenho em ouvir as diversas posições e demandas propostas. Nos quase 27 anos do sistema democrático argentino, esta foi a primeira vez em que se observou a participação direta da população na elaboração de uma lei nacional, advinda não apenas dos setores minoritários como também de pessoas que compareceram aos fóruns movidas pelo desejo de manifestar seu posicionamento sobre o assunto. (RAMÍREZ, 2010, p. 05, tradução nossa).

A nova lei traz avanços significativos ao setor, tornando-o mais democrático e afeito às aspirações populares. Em seu texto, reduz de 15 para dez anos o prazo para a exploração das concessões de radiofrequência que devem ser obtidas mediante licitação, com possibilidade de renovação apenas uma vez por igual período, após serem realizadas audiências públicas. Esta medida possibilita maior controle da qualidade da programação veiculada pelas emissoras, tendo em vista que a renovação da concessão depende da eficiência com que a mesma foi utilizada no período explorado. Da mesma forma que reduz o período de concessão, também combate a formação de oligopólios, com o limite de exploração de dez licenças e até 35% do mercado potencial por cada empresário; pela lei anterior, uma só empresa poderia explorar até 24 licenças de rádio e televisão. É uma maneira de democratizar o limitado espectro eletromagnético, possibilitando que mais interessados consigam uma frequência, o que diversifica o conteúdo disponibilizado ao público. Se antes não havia limites para a exploração de TV por assinatura, agora, licenças de distribuidoras de canal a cabo e de TV aberta na mesma região estão terminantemente proibidas, o que configura outra medida de democratização do acesso aos meios. Um terço do espectro está reservado à mídia comunitária, sendo que, conforme estudo comparativo entre as duas normas que regulam o serviço de comunicação audiovisual elaborado por Lara (2012, p. 167), a lei anterior impedia que sociedades sem fins lucrativos fossem detentoras de concessão, advindo permissão para tanto apenas em 2005. Este é outro avanço da sociedade civil, que tem a chance de se ver representada tanto na exploração de concessão pública quanto na gestão de veículos de radiodifusão. Ainda no que diz respeito ao direito de



explorar as frequências do espectro, empresas de telefonia estão proibidas de obter licenças de meios de comunicação, o que representa mais um ganho para a democratização da informação, à medida que fecha outra porta para a formação de monopólios e oligopólios no setor.

O acesso mais democrático às concessões de radiodifusão pode gerar múltiplas fontes de trabalho e transformar radicalmente o mapa dos meios locais argentinos. Ganha lume a discussão sobre o papel social dos veículos de comunicação e, pela primeira vez, impera a consciência de que o espectro eletromagnético é de todos e não apenas do setor privado. A *Ley de Medios* prevê a implementação de políticas públicas, visando a facilitar o acesso da população ao serviço, ratificado como de interesse público. Para tanto, propõe a tomada de medidas para baratear, democratizar e universalizar as novas tecnologias de informação e comunicação.

Considerada uma atividade social imprescindível ao desenvolvimento sociocultural do país, a comunicação audiovisual deve estar sujeita a órgãos de fiscalização, responsáveis por aplicar, interpretar e fazer cumprir a lei, bem como ao controle social por parte dos prestadores do serviço, profissionais da área e público, através de consultas, reclamações, denúncias e sugestões. É uma maneira de exigir a prestação de contas dos veículos, introduzindo a *accountability* ao setor (PAULINO, 2007, p. 177).

Desta forma, foi criada a Afsca (Autoridade Federal de Serviços de Comunicação Audiovisual), órgão responsável pelo cumprimento da *Ley de Medios*, bem como pela fiscalização e pelo controle destes meios. Conforme Cunha (2012), a Afsca objetiva aplicar e interpretar a nova lei e os regulamentos do setor audiovisual, além de promover a participação dos serviços de comunicação no desenvolvimento da sociedade da informação e do conhecimento. “O órgão visa a melhoria da qualidade técnica dos serviços de radiodifusão, a igualdade de acesso e a pluralidade de informações, beneficiando telespectadores e ouvintes” (CUNHA, 2012, p. 01).

A preocupação com o conteúdo veiculado pelas emissoras se reflete nos níveis mínimos estabelecidos para determinadas produções e máximo para o espaço e tempo destinados à publicidade. A difusão da produção nacional na TV aberta deve ser de pelo menos 60%, reservando-se 30% à produção própria que inclua informativos locais. As rádios também devem transmitir, no mínimo, 50% de produção própria, incluindo informativos e noticiários locais, e 30% da música tocada nas emissoras também deve ser nacional. Visando a promover um modelo de rádio e televisão de qualidade, o



excesso de interrupções publicitárias é combatido com a regulação do tempo destinado a estas emissões. Com estes parâmetros, amplia-se o leque de opções a serem oferecidas aos telespectadores que passam a ter um número maior de chances de acesso a informações mais próximas e condizentes com a sua realidade.

As universidades argentinas não só podem ser titulares de autorização para a exploração dos serviços de radiodifusão como devem dedicar sua programação à divulgação do conhecimento científico, difusão da extensão universitária e criação e experimentação artística e cultural. É uma maneira de extrapolar os muros das universidades e levar o resultado da produção acadêmica aos lares das pessoas. Também deve ser criado um fundo de fomento à produção de programas de televisão de qualidade para crianças e adolescentes com o objetivo de desenvolver estratégias que permitam produzir uma maior quantidade de conteúdos de caráter educativo, cultural e infantil. Afinal, a televisão foi criada com uma vertente voltada à educação, embora este viés ainda seja pouco explorado, e bons hábitos devem ser estimulados desde cedo. Já um hábito cultivado por nossos vizinhos portenhos que não foi deixado de lado diz respeito à paixão pelo futebol. Neste quesito, a *Ley de Medios* garante acesso universal às transmissões audiovisuais, tanto referentes a informações de interesse social, quanto a eventos esportivos, especialmente os futebolísticos, tão apreciados no país. Esses conteúdos, portanto, devem ser transmitidos pela televisão aberta, garantindo livre acesso a todos.

Além da radiodifusão, outros meios audiovisuais foram lembrados. Para promover o cinema nacional, foi estabelecida uma cota obrigatória de pelo menos oito filmes argentinos a serem exibidos por ano tanto pelos canais de TV aberta quanto a cabo. Essa reserva legal para a produção cinematográfica nacional confere espaço para a promoção da cultura e da identidade do país registradas através das lentes.

Apesar de o novo modelo regulatório argentino ser visto como um divisor de águas para os serviços audiovisuais, esta fase de transição ainda é conflituosa. Modificar uma situação caracterizada pela concentração de mercado e conteúdos e pela presença de conglomerados, conforme assinalam Marino, Mastrini e Becerra (2010), é um processo complexo que demanda tempo e amadurecimento político, o qual também requer tempo. Na iminência de ter seus interesses políticos e econômicos contrariados, os proprietários dos meios de comunicação contra-atacam, minando a justiça de ações que contestam a legalidade dos dispositivos da Lei 26.522/2009. Os juízes, contudo, têm sido enfáticos em reconhecer o papel do Estado como garantidor da liberdade de



expressão, conforme preconiza o artigo 2º da aludida lei, que deve ser considerada um ponto de partida para a efetivação do direito à comunicação. Já a consolidação de uma política pública democrática para o setor depende da ação estatal, da colaboração dos entes regulados e de uma constante e intensa participação da sociedade civil.

Bolívia inova com rateio tripartite de frequências

Embora menos abrangente do que a *Ley de Medios* argentina, a *Ley general de telecomunicaciones, tecnologías de información y comunicación*, promulgada em 2011 na Bolívia, segue na mesma direção da norma do país vizinho, tendo em vista que fortalece os instrumentos legais do poder público para a supervisão da atividade comunicacional. Com 113 artigos, a lei boliviana mantém a gestão do espectro eletromagnético com o Estado e estabelece um marco regulatório para a propriedade privada de rádio e televisão, que passou a depender de licitação pública para as concessões, além de exigir o cumprimento de alguns requisitos pelas concessionárias. A nova regulamentação também rateia as frequências por setores, estipulando percentagens para cada um deles: público, comercial e comunitário, conforme assinalam Maringoni e Glass (2012, p. 78).

As concessões das frequências do Estado serão definidas pelo Poder Executivo. Já para o setor comercial, haverá licitações públicas e no caso do setor social comunitário – povos originários, camponeses e afrobolivianos -, as concessões serão feitas mediante concurso de projetos, com indicadores objetivos. A lei estabelece ainda que a sociedade civil organizada participará do desenho das políticas públicas em tecnologia de telecomunicações, tecnologias de informação e comunicação e serviço postal, exercendo o controle social em todos os níveis de Estado sobre a qualidade dos serviços públicos. (MARINGONI; GLASS, 2012, p. 78).

Ao reservar espaço radioelétrico aos povos indígenas, camponeses e às comunidades interculturais e afrobolivianas, a *Ley general de telecomunicaciones, tecnologías de información y comunicación* reconheceu identidades, tradições e anseios socioculturais da população, conferindo a possibilidade de regionalização do conteúdo a ser produzido e exibido em determinados canais.

Lei da radiodifusão comunitária uruguaia entre as melhores do mundo



No Uruguai, a radiodifusão ainda é regida pela Lei 14.670 e pelo decreto 734/78, ambos da época da ditadura. Três emissoras privadas predominam no país, que tem procurado desenvolver, recentemente, as modalidades pública e comunitária, após a eleição do presidente Tabaré Vasquez, em 2005. Dois anos depois, em 2007, foi aprovada a Lei 18.232, que dispõe sobre a radiodifusão comunitária, considerada uma das mais avançadas do mundo. Esta norma define como função do Estado assegurar a distribuição igualitária do espectro eletromagnético, que deve ocorrer por meio de um processo transparente com critérios previamente estabelecidos, visando a promover a pluralidade e a diversidade.

A Ursec (Unidade Reguladora dos Serviços em Comunicações) é o órgão que regula e controla as telecomunicações no país, tendo como objetivos: 1) ampliar e universalizar o acesso aos serviços de comunicação; 2) promover a concorrência; 3) controlar as atividades monopólicas persistentes; 4) aplicar tarifas financeiras; 5) incentivar os investimentos no setor; e 6) proteger os direitos dos usuários. O órgão regulador uruguaio realiza consultas públicas e audiências para debater as normas infralegais e, para analisar os processos de concessões, conta com assessoria da Comissão Honorária Independente e da Comissão Honorária de Radiodifusão Comunitária, que têm os papéis de garantir a transparência, analisar os postulantes e as propostas, além de auxiliar o Executivo (CUNHA, 2012, p. 01-07).

A lei nº 17.296/2001 prevê as atribuições da Ursec, entre as quais não está inclusa a elaboração e definição de políticas públicas para o setor, cuja competência é exclusivamente do Poder Executivo, através da Dinatel (*Dirección Nacional de Telecomunicaciones*). Em 2010, a entidade iniciou a discussão com organizações da sociedade civil, acadêmicos e sindicatos para a criação de uma nova lei de serviços de comunicação audiovisual (AMARC, 2010, apud BARROS, 2011, p. 12).

TV comercial colombiana tem que ter ouvidoria

Na Colômbia, destaca-se a presença das ouvidorias em canais privados de televisão, o que constitui um verdadeiro instrumento de controle social ligado diretamente ao público. Implantada para mediar o contato do telespectador com o veículo, o mecanismo estimula a correção e motiva a discussão com a sociedade, gerando opinião pública livre e responsável, sendo capaz de fortalecer a comunicação no país.



Bertrand (2002) ensina que ações de regulação (normas estabelecidas pelo Estado), autorregulação (iniciativas dos entes privados de estabelecer a própria regulação) e correção (combinação de normas do Estado e iniciativas dos entes privados) podem servir de estímulo ao diálogo com o público por meio de programas de televisão. Tratam-se dos MAS (*Media Accountability System*), Sistemas de Responsabilização de Mídia, meios que devem assegurar a disciplina e a responsabilidade social dos meios de comunicação, conceito partilhado por Paulino (2010, p. 48).

Com o estabelecimento de espaços de reflexão contínua entre representantes dos profissionais, das empresas e do público, pode-se promover a liberdade de expressão e a proteção do pluralismo e dos direitos de personalidade, estimulando qualificação e um cuidado com o conteúdo publicado e a *accountability* da atividade mediática, o que tende a transcender o mero discurso e se transformar em condições profissionais suficientes para a atividade de Meios de Assegurar a Responsabilidade Social da Mídia. (PAULINO, 2010, p. 48)

Permeada por interesses econômicos e individualistas e pela grande quantidade de conteúdo informativo disponível, a atual conjuntura da mídia, segundo Ossa e Álvarez (2002), necessita de um canal de comunicação com o público. Para os autores, a programação da TV deve cumprir um importante papel na formação da sociedade, haja vista o poder que exerce sobre cada um de seus membros, o qual ultrapassa os limites do agendamento. Os teóricos alegam que chega a ser paradoxal que a imprensa, com tanta tradição de luta contra a arbitrariedade, possa ter atitude totalitária em relação ao público e que, com a capacidade de exercer o controle e criticar os outros poderes, seja incapaz de aceitar as críticas de seus receptores.

Originária na Suécia, a figura do *ombudsman* como defensor do público contra as instituições acabou se disseminando para outros países e chegou aos meios de comunicação. A presença de uma ouvidoria proporciona à emissora uma ferramenta para conhecer o ponto de vista do público, demonstrando disposição em atender as sugestões e melhorar as práticas de comunicação desenvolvidas diariamente, tornando-as mais eficazes. Desta forma, a audiência tem assegurado o pleno direito à informação, já que este é exercido tanto para difundir quanto para receber informação, com o acesso ao conteúdo de qualidade. Além disso, os telespectadores têm a oportunidade de exercer a cidadania participativa e agregar valor à programação televisiva.



Na Colômbia, a Lei 182/95 cria a CNTV (*Comisión Nacional de Televisión*). Tal norma é alterada pelo artigo 11 da Lei 335/96, que exige de todos os canais privados de televisão a instituição de uma ouvidoria e reserva a ela espaço em sua grade de programação. Portanto, a própria regulamentação do país já estabelece um MAS como particularidade em relação às demais nações latino-americanas. No entanto, conforme estudo de Coelho (2012) sobre as experiências de produção de programas de ouvidorias em duas emissoras privadas colombianas de alcance nacional - a RCN e a Caracol -, os telespectadores, muitas vezes, não sabem qual é a real função do ouvidor, o que acaba fazendo com que eles não aproveitem o mecanismo de maneira eficaz. O relatório da CNTV, elaborado em 2008, cita uma declaração da jornalista e ouvidora do canal RCN, Consuelo Cepeda, que demonstra essa dificuldade do público.

“(...) me incomoda quando as pessoas escrevem perguntando porque o ator de uma novela não se casou com determinada personagem e que a ouvidora deveria fazer alguma coisa para que os protagonistas se casassem ao final da novela” ... “às vezes, as pessoas escrevem mais porque não gostaram do final de uma novela do que devido a uma informação mal apurada”. (Herrera y Pozo apud CNTV, 2008, p. 61, tradução nossa).

O documento demonstra que, além de o público não estar preparado para lidar com o mecanismo, ele não se sente no direito de se queixar do serviço de televisão que é oferecido gratuitamente à população.

46% dos colombianos concordam com a premissa ‘se eu não pago pelo serviço de televisão, não tenho direito de exigir qualidade’ e 44% com a premissa “a televisão de qualidade é um privilégio a ser pago”. (CNTV, 2008, p. 59, tradução nossa).

Afirmações deste teor corroboram que ainda é preciso investir muito em educação para as mídias (*media literacy*) na América Latina. Países como Reino Unido, Austrália e Canadá desenvolvem, há tempos, políticas públicas neste sentido, o que fortalece o setor comunicacional e prepara a população para o exercício mais efetivo e consciente da cidadania. Portanto, investimentos em alfabetização midiática, associados ao sistema de ouvidorias em curso nos principais canais de televisão colombianos, podem vir a ser bastante benéficos aos telespectadores, já que são capazes de estabelecer uma cultura mais participativa com iniciativas que não apenas cumpram as normas, mas também, consigam complementá-las.



Força do setor privado impede avanços no Equador e Paraguai

Já no Equador, as discussões em torno de uma nova regulamentação para as comunicações recebeu grande resistência do setor privado. Isso, porque o setor midiático é marcado pela forte politização dos grandes meios privados, já que o presidente Rafael Correa tem investido bastante no marketing político, a fim de revitalizar o espírito patriota e reconstruir a identidade nacional abalada pelo período de crise político-institucional vivenciada entre 1997 e 2005 com a troca sucessiva de três chefes de Estado. O governo de Correa começou a usar periodicamente as cadeias informativas de rádio e televisão, criando um respeitado espaço de ligação do Executivo com o público. Também surgiram veículos de comunicação (imprensa, rádio e televisão) estatais, gerando um gigantesco aparato de publicidade e propaganda oficial que chega a atacar e desmentir abertamente os profissionais da mídia, como os jornalistas.

Esta atitude do governo gerou um embate com os meios de comunicação privados e acabou contribuindo para a grande resistência às discussões acerca de uma Lei de Comunicação pela Assembleia Legislativa. Conforme instituiu a Constituição do país, aprovada em 2008, foi criada uma comissão, pelo decreto nº 1445, para fazer auditoria das concessões das frequências de rádio e televisão. O levantamento, concluído em 2009, constatou que mais de um terço das frequências foi adquirida ilegalmente, o que levou os relatores da comissão a recomendarem a devolução de tais concessões ao Estado, ferindo a Lei de Radiodifusão, de 1998, e a Constituição. Esta auditoria foi essencial para fundamentar a discussão em torno de uma nova lei para o setor. Com esta missão, foi nomeada uma Comissão Especial e um Grupo Consultivo composto por diversos representantes da sociedade civil para avaliar três projetos, os quais “foram rechaçados pela *Sociedad Interamericana de Prensa (SIP)*, entidade representante dos empresários de mídia comercial, como uma ameaça à liberdade de expressão” (BARROS, 2011, p. 8-11).

Projeto 1 – de caráter mais liberal, foi apresentado pelo partido centro-direita Convergencia Democrática, trazia uma defesa da liberdade de expressão em seu sentido mais amplo, assim como afirmava a necessidade de garantir o acesso a informações das instituições estatais.

Projeto 2 – elaborado pelo Foro de La Comunicación, trazia um cunho



mais cidadão-corporativista com propostas de retirada das concessões ilegalmente concedidas.

Projeto 3 – apresentado pelo partido de Correa, o Alianza País, era o mais polêmico. Contava com artigos de direito de resposta entre outros, acusado de censuradores, mas que não previam censura prévia, mas uma responsabilização posterior. (AGUINARA, 2010, apud BARROS, 2011, p. 10).

Também segue lento o processo de discussão de um novo marco regulatório para as comunicações do Paraguai, já que o setor no país é marcado por uma grande concentração dos meios e qualquer tentativa de aprofundamento de debate para a criação de uma lei é rechaçada pelos grandes grupos empresariais sob a alegação de cerceamento à liberdade de imprensa. O presidente Fernando Armino Lugo de Méndez, que assumiu o poder em 2008, tem fomentado as políticas de comunicação ao apoiar as organizações sociais, instituir e fortalecer as mídias estatais e formar recursos humanos na área. O decreto 171, de 2008, criou a *Secretaría de Información y Comunicación para el Desarrollo* (SICOM), órgão do Executivo com status de ministério, para atacar velhas questões relacionadas ao setor, como “concentração de mercado, estímulo à produção independente, comunicação pública e comunitária” (SEGOVIA, 2010, apud BARROS, 2011, p. 12-13).

Considerações finais

As recentes transformações político-econômicas e sociais que culminaram com a redemocratização de alguns países latino-americanos também atingiram o setor comunicacional do continente, estratégico para o amadurecimento e a consolidação democrática. As leis que regulamentavam a radiodifusão de alguns destes Estados foram reformuladas, dando origem a normas que fortaleceram os sistemas públicos de rádio e televisão, além de ampliar as estruturas de gestão e participação da sociedade. Tradicionalmente, a mídia comercial é dominante na América Latina. Por isso, tais mudanças legislativas foram conflituosas, gerando inúmeras discussões, inclusive judiciais, sob o argumento de serem inconstitucionais, de constituírem afronta ao ordenamento jurídico vigente ou de carregarem consigo tentativas de censura à liberdade de comunicação. Ainda assim, os esforços dos vários setores interessados, entre os quais, o governo e a sociedade civil, foram válidos e alcançaram os resultados propostos em alguns países. Enquanto isso, outros Estados, ainda que com grande



dificuldade, persistem nos ideais, cujo êxito das nações vizinhas pode servir de inspiração, e continuam no caminho da democratização das comunicações.

REFERÊNCIAS

ARGENTINA. **Ley 26.522, de 2009**. Disponível em:

<<http://www.infoleg.gov.ar/infolegInternet/anexos/155000-159999/158649/norma.htm>>.

Acesso em: 23 mai. 2012.

ÁVILA, Lucas Reis. **A Telesur e a comunicação na América Latina**: uma análise da emissora e dos seus processos de construção do real. Belo Horizonte, 2008. Disponível em:

<http://convergencia.jor.br/bancomonos/2008/lucas_avila.pdf>. Acesso em: 06 mar. 2013.

BARROS, Chalini Torquato Gonçalves de. O marco regulatório das comunicações: uma análise contextualizada na América Latina. In: **Confibercom**. São Paulo, 2011. Disponível em:

<<http://confibercom.org/anais2011/pdf/68.pdf>>. Acesso em: 06 mar. 2013.

BARROS, Chalini Torquato Gonçalves de. Marco regulatório e convergência: a radiodifusão brasileira frente ao debate latino-americano. In: **Revista Brasileira de Políticas de Comunicação**. Brasília, 2011. Disponível em: <<http://rbpc.lapcom.unb.br/pdf/RBPC-1-2.pdf>>.

Acesso em: 06 mar. 2013.

BERTRAND, Claude-Jean. **O arsenal da democracia**: Sistemas de Responsabilização da Mídia. Tradução Maria Leonor Loureiro. Bauru, SP: EDUSC, 2002.

CNTV. **Diagnóstico de oportunidades de cambio cultural em los televidentes**.

Colombia, 2008. Disponível em:

<http://www.cntv.org.co/cntv_bop/estudios/diagnostico_oportunidades.pdf>. Acesso em: 30 jul. 2012.

COELHO, Jairo Faria Guedes. Mecanismos de ouvidoria em canais de televisão da América Latina: uma análise de experiências no Brasil e na Colômbia. **ALAIC 2012**: XI Congreso Latinoamericano de Investigadores de la Comunicación. Disponível em:

<<http://alaic2012.comunicacion.edu.uy/sites/default/files/coelho.pdf>>. Acesso em: 14 jun. 2012.

COLOMBIA. **Ley 182, de 1995**. Por la cual se reglamenta el servicio de televisión y se formulan políticas para su desarrollo, se democratiza el acceso a éste, se conforma la comisión nacional de televisión, se promueven la industria y actividades de televisión, se establecen normas para contratación de los servicios, se reestructuran entidades del sector y se dictan otras disposiciones en materia de telecomunicaciones. Disponível em:

<http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley/1995/ley_0182_1995.html>. Acesso em: 26 jul. 2012.

_____. **Ley 335, de 1996**. Por la cual se modifica parcialmente la Ley 14 de 1991 y la Ley 182 de 1995, se crea la televisión privada en Colombia y se dictan otras disposiciones. Disponível em:



<http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley/1996/ley_0335_1996.html>. Acesso em: 26 jul. 2012.

CUNHA, Romênia Vieira da. Regulação da radiodifusão na Argentina. In: **Órgãos reguladores da radiodifusão em 10 países: Argentina**. Intervezes – Coletivo Brasil de Comunicação. Disponível em: <http://www.intervezes.org.br/noticias/pesquisa_orgaos_reguladores/regulacao-da-radiodifusao-Argentina.pdf>. Acesso em: 19 jan. 2012.

CUNHA, Romênia Vieira da. Regulação da radiodifusão no Uruguai. In: **Órgãos reguladores da radiodifusão em 10 países: Uruguai**. Intervezes – Coletivo Brasil de Comunicação. Disponível em: <http://www.intervezes.org.br/noticias/pesquisa_orgaos_reguladores/regulacao-da-radiodifusao-Uruguai.pdf>. Acesso em: 19 jan. 2012.

LARA, Glauciene. Liberdade de expressão versus direito à comunicação: a regulação da comunicação audiovisual na Argentina. IN: **Revista de Direito, Estado e Telecomunicações**, v. 4, n. 1, 2012, p. 137-172. ISSN: 1984-8161. Disponível em: <<http://www.getel.org/GETELSEER/index.php/rdet/article/view/76/73>>. Acesso em: 14 jun. 2012.

MARINGONI, Gilberto; GLASS, Verena. A regulação da mídia na América Latina. In: **Ipea: desafios do desenvolvimento**. Brasília, 2012, ano 9, n. 71. Disponível em: <http://www.ipea.gov.br/desafios/index.php?option=com_content&view=article&id=2723:catid=28&Itemid=23>. Acesso em: 18 mar. 2013.

MARINO, S., MASTRINI, G. & BECERRA, M. Argentina: regulación democrática y desafíos de su aplicación. IN: **ALAMBRE: Comunicación, información, cultura**, n. 4, 2010. ISSN: 1851-7145. Disponível em: <<http://www.revistaalambre.com/Articulos/ArticuloMuestra.asp?Id=58>>. Acesso em: 26 jul. 2012.

OSSA, C.M.V. e ÁLVAREZ, H.C. El defensor del público: una figura por descubrir. In: **Revista Palabra Clave**. N. 6. Universidad de La Sabana – Facultad de Comunicación Social y Periodismo Campus Universitario, Puente del Común. Colombia, 2002. Disponível em: <<http://pensamientoycultura.unisabana.edu.co/sabana/index.php/palabraclave/article/view/394/533>>. Acesso em: 26 jul. 2012.

PAULINO, Fernando Oliveira. Comunicação e responsabilidade social: modelos, propostas e perspectivas. In: RAMOS, M. C. e SANTOS, S. (ORG.). **Políticas de comunicação: buscas teóricas e práticas**. São Paulo: Paulus, 2007. (Coleção Comunicação)

PAULINO, Fernando de Oliveira. Responsabilidade Social da Mídia: análise conceitual e perspectivas de aplicação no Brasil, em Portugal e na Espanha. In: CHRISTOFOLETTI, Rogério (ORG.). **Vitrine e Vidraça: Crítica de Mídia e Qualidade no Jornalismo**. Editora Labcom Books, do Laboratório de Comunicação Online da Universidade da Beira Interior (Portugal), 2010. Disponível em: <<http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/christofoletti-vitrine-2010.pdf>>, p. 35-51.



PERUZZO, Cíclia M. Krohling. Rádios comunitárias no Brasil: da desobediência civil e particularidades às propostas aprovadas na Confecom. In: **XIX Encontro da Compós - Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação**. Rio de Janeiro, 2010. Disponível em: <http://compos.com.puc-rio.br/media/g6_cicilia_peruzzo.pdf>. Acesso em: 28 set. 2012.

RAMÍREZ, Alejandro Miguel. Sectores, actores e intereses en torno a la ley de servicios de comunicación audiovisual en la Argentina (2009-2010). Bogotá: **X Congresso Alaic**, 2010. Disponível em: <<http://www.slideshare.net/politicadecomunicacion/ramrez>>. Acesso em: 26 jul. 2012.