

## **A integração da América Latina e o desafio das políticas públicas de comunicação**

### **Resumo:**

Esse artigo procura desenvolver uma discussão preliminar sobre as políticas públicas de comunicação na América Latina, tema geral de dissertação de mestrado, visualizando-as como um desafio que se coloca aos propósitos de integração continental na atualidade. Parte da constatação de que a construção de um sistema público de comunicação ganhou relevância na medida em que, por quase toda a região, têm se aprofundado as discussões e iniciativas visando fortalecer os laços políticos, econômicos e culturais entre os países.

**Palavras-chave:** Políticas públicas. TV pública. América Latina. Hegemonia. Integração.

Claudionor Damasceno.

Mestrando do Programa de Integração da América Latina – PROLAM/USP. [claudionor@usp.br](mailto:claudionor@usp.br)

## 1- Introdução

Esse artigo procura desenvolver uma discussão preliminar sobre as políticas públicas de comunicação na América Latina, tema geral de dissertação de mestrado<sup>1</sup>, visualizando-as como um desafio que se coloca aos propósitos de integração continental na atualidade. Parte da constatação de que a construção de um sistema público de comunicação ganhou relevância na medida em que por quase toda a região têm se aprofundado as discussões e iniciativas visando fortalecer os laços políticos, econômicos e culturais entre os países.

Primeiramente, nos deteremos numa análise do processo de mudanças vivenciado em quase todo o continente no início deste século, encarando-o como reação e inconformismo com as políticas econômicas neoliberais que, nas últimas décadas,

aprofundaram dramaticamente a concentração de renda e o desemprego; desnacionalizaram e privatizaram setores estratégicos; enfraqueceram o papel do Estado na promoção de políticas sociais e cortaram direitos trabalhistas e previdenciários (MORAES, 2009, p. 100).

A inviabilização da ALCA (Área de Livre Comércio das Américas) foi apenas uma expressão da crise hegemônica e da perda de credibilidade que os modelos neoliberais enfrentam na maioria dos países. Esse processo se evidenciou também na eleição de candidatos progressistas que, empunhando bandeiras antineoliberais e apostando abertamente em políticas integracionistas, viram seus projetos se chocarem com os interesses do coronelismo eletrônico<sup>2</sup> que impera no continente. De acordo com Carmona Ulloa,

En cada país de la región existe un poder mediático unilateral, con una visión monoteísta de la sociedad, que rinde culto a la ideología neoconservadora que, a su vez, sustenta el modelo económico neoliberal y es enemigo acérrimo del pluralismo. Es un poder totalitario, impuesto por la fuerza del dinero, en el que también participa la Iglesia, presente en la propiedad de los medios en varios países, con diarios, radios y televisión. (CARMONA ULLOA, 2004, p. 236)

Em seguida discutiremos sobre algumas propostas de políticas públicas que estão sendo debatidas e implementadas em diversos países e os desafios que esse movimento encontra no sentido de fortalecer a integração e disputar a construção de um imaginário coletivo compatível com o processo político em curso. Nessa discussão, tentaremos entender um pouco mais sobre o conceito de política pública e as concepções de TV pública que estão sendo implementadas, analisando algumas das leis e propostas de regulamentação que têm motivado amplos debates. Partiremos da compreensão de que a democratização das comunicações, encarada como o direito de livre comunicação por meio de rádio e televisão (COMPARATO, 2000), assim como a construção de alternativas ao padrão comercial hegemônico, ainda são dívidas que os Estados latino-americanos têm para com seus povos.

---

<sup>1</sup> O autor desenvolve no Programa de Pós-Graduação em Integração da América Latina da Universidade de São Paulo – PROLAM/USP - uma pesquisa de mestrado sob o tema: “Políticas públicas de comunicação na América Latina. Os casos do Brasil e da Venezuela”.

<sup>2</sup> Essa expressão é de uso do professor e pesquisador Venício A. de Lima, que a utiliza para caracterizar o vínculo histórico dos serviços de radiodifusão às oligarquias locais e regionais.

Nosso propósito com essa discussão, longe de querer esgotar o assunto, o que fugiria completamente do nosso alcance, é simplesmente o de exercitar o cotejamento de aspectos diversos desse debate, procurando contribuir para sua melhor compreensão.

## 2- Transformações políticas e disputas hegemônicas

A inauguração do século XXI na América Latina foi marcada por imensas mudanças políticas. De laboratório das receitas neoliberais, o continente se transformou em seu avesso, passando a protagonizar um ciclo inédito de políticas desencadeadas a partir da eleição de candidatos progressistas de caráter popular, com marcada atuação estatal na economia, exatamente o contrário do que recomendavam os economistas de Washington e da escola de Friedman e Hayek desde o início dos anos 70 (SADER, 2009; ROSENMAN, 2006).

Naquela época, com sua economia afundando em um enorme desequilíbrio externo devido ao crescente déficit orçamentário, o Estado norte-americano, através do governo do presidente Nixon, deu o golpe de mestre, decretando unilateralmente em 1971 o fim do padrão dólar-ouro e enterrando os acordos realizados em Bretton Woods em 1944. Essa medida, longe de significar uma imposição natural dos mercados, se traduziu na tomada do centro do poder mundial pelo grande capital, na forma inédita do dólar flexível, abrindo as portas para a globalização financeira e para o que se convencionou chamar de época do neoliberalismo. Era a passagem do modelo keynesiano de bem-estar social para o neoliberal, a consolidação de um mundo unipolar e a hegemonia do “modo de vida americano” como valor e estilo de vida (BELLUZZO, 2004; SERRANO, 2004).

Para o continente latino-americano a imposição neoliberal se traduziu no fim de cinco décadas de contínuo desenvolvimento econômico e na implantação de ditaduras militares como forma de quebrar a capacidade de defesa dos interesses dos movimentos populares (SADER, 2009, p. 49 e 50). Estado mínimo, privatização, abertura das economias, concentração de renda, desindustrialização, desemprego e fim dos direitos formais dos trabalhadores faziam parte do corolário difundido como verdade inescapável ao mundo globalizado e pós-moderno. Dessa forma:

El ‘neoliberalismo’ se convirtió en una religión, monoteísta y excluyente. Los medios de comunicación no admiten críticas ni análisis, ningún cuestionamiento al dogma sagrado del modelo neoconservador de sociedad. Las pantallas de televisión y los impresos rinden pleitesía a las decisiones del “mercado” y a las cifras macroeconómicas, las fusiones de grandes corporaciones y las nuevas privatizaciones aún en curso (CARMONA ULLOA, 2004, p. 8)

Com respaldo quase unânime da mídia, da classe política e da intelectualidade, este modelo foi saudado como instrumento de estabilização financeira, saneamento de dívidas públicas e modernização econômica, conseguindo eleger e reeleger seus adeptos no Brasil (Fernando Henrique), no Peru (Alberto Fujimori), na Argentina (Carlos Menem), entre outros (SADER, 2009, p 50; BORGES, 2009, p. 39). Entretanto, uma das conseqüências da política do “Estado mínimo” foi a significativa transferência de capital do setor produtivo para o especulativo, bloqueando as possibilidades de expansão econômica e acentuando a concentração de riquezas e a explosão da miséria.

A crescente revolta desencadeada contra essa situação foi sendo aos poucos canalizada para um ciclo inédito de vitórias eleitorais de candidatos antineoliberais na Venezuela, Argentina,

Brasil, Bolívia, Equador, Uruguai, Chile, El Salvador, Paraguai entre outros. De acordo com Boaventura de Souza Santos, essas transformações resultaram do fortalecimento e da visibilidade de movimentos reivindicatórios que no fim dos anos 90 e início do séc. XXI lutaram pela terra, água, fim da dívida externa e das discriminações raciais e sexuais, pela identidade cultural e por uma sociedade justa.<sup>3</sup> Dessa forma, a descrença num sistema financeiro internacional ancorado em derivativos, além das crises econômicas que vêm se aprofundando nos Estados Unidos e países desenvolvidos, aliada ao “socialismo dos ricos praticadas na crise mundial por intermédio das enormes ajudas do Estado às corporações transnacionais (bancos e empresas não financeiras)”<sup>4</sup>, colocou na agenda dos governos recém eleitos a urgência da atuação estatal na economia e da necessidade de políticas públicas de comunicação.

## Concentração e influência externa

Na América Latina a história dos favorecimentos políticos e da constituição de oligarquias locais e regionais, que em muitas vezes se confunde com a história da formação dos Estados nacionais, é a história dos meios de comunicação que, na maioria dos casos, também se constituiu como braço político desses grupos oligárquicos. Inicialmente protegidos por legislações criadas nas décadas de 50 e 60, esse setor viveu nesse último período um acentuado processo de privatizações, concentração e desnacionalização que se iniciou em 1987 no Chile, com a privatização da estatal CTC (Compañía de Telecomunicaciones de Chile). De acordo com o professor Dênis de Moraes,

O vasto potencial de consumo, o espanhol como segundo idioma da globalização, a carência por tecnologias avançadas e a ausência de legislações antimonopólicas motivaram corporações, principalmente norte-americanas, a incrementar seus negócios na América Latina. A escalada transnacional beneficiou-se das desregulamentações e privatizações nas décadas de 1980 e 1990. *Players* como News Corporation, Viacom, Time Warner, Disney, Bertelsmann e Sony sedimentaram alianças com grupos multimídias regionais pertencentes a dinastias familiares. Entre as famílias que controlam parte expressiva dos meios de comunicação na América Latina estão Marinho, Civita, Frias, Mesquita, Sirotsky, Saad e Sarney (Brasil), Cisneros e Zuloaga (Venezuela), Noble, Saguier, Mitre, Fontevecchia e Vigil (Argentina), Slim e Azcárraga (México), Edwards, Claro e Mosciati (Chile), Rivero, Monastérios, Daher e Carrasco (Bolívia), Ardila Lulle e Santos (Colômbia). (MORAES, 2009, p. 110).

No entanto é necessário salientar que o peso norte-americano nas comunicações latino-americanas é algo mais antigo e remete à venda de equipamentos eletrônicos, assistência técnica e administrativa e, o mais importante, ao fornecimento de programas “enlatados” para todo o continente. Nos anos de “guerra-fria”, o desenvolvimento de pesquisas em comunicação aliou o setor militar e o industrial na tarefa de propagar o ideário americano de culto à liberdade de empresa. Columbia Broadcasting System (CBS), Radio Corporation of América (RCA), National Broadcasting Corporation (NBC) e American Broadcasting Corporation (ABC) estão entre companhias que mais atuaram fora dos Estados Unidos da América, forçando a alteração de leis nacionais para acomodar os investimentos americanos. De acordo

<sup>3</sup> SOUZA SANTOS, Boaventura. “O socialismo do séc”. XXI. Carta Maior, 24 de maio de 2007.

<sup>4</sup> PORCHMANN, Marcio. *O Estado e seus desafios na construção do desenvolvimento brasileiro*. São Paulo, Boitempo, Revista Margem Esquerda, n° 15, dez. 2010.

com o pesquisador Herbert Schiller<sup>5</sup>, na década de 60 a empresa ABC estava presente na Guatemala, El Salvador, Honduras, Costa Rica, Panamá, Colômbia, Venezuela, Equador, Argentina e Chile. Já o grupo Time-Life Broadcasting Stations, um dos que mais agressivamente atuou fora dos EUA, passou por cima da proibição da legislação brasileira e injetou dólares na TV Globo para que esta comprasse uma cadeia nacional de estações de rádio e televisão em todas as principais cidades do país. Ainda de acordo com Schiller, as conexões americanas internacionais se constituem em um

poderoso sistema de comunicações para assegurar nas áreas penetradas, não a submissão rancorosa mas sim uma lealdade de braços abertos, identificando a presença americana com a liberdade – liberdade de comércio, liberdade de palavra e liberdade de empresa. Em suma, a florescente cadeia dominante da economia e das finanças americanas utiliza os meios de comunicação para a sua penetração e entrincheiramento onde quer que já esteja instalada e para sua expansão até lugares onde espera tornar-se ativa. (SCHILLER, 1976, p. 13 e 14.)

A realidade é que a concentração monopólica das redes midiáticas de tipo comercial em nosso continente não impediu que a concorrência na produção, distribuição e difusão de conteúdos se caracterize pela baixa competitividade de bens e serviços culturais produzidos na região. Da mesma forma a insuficiência dos investimentos dos governos latino-americanos, tanto em tecnologia quanto em produção simbólica, potencializam as vantagens dos grupos transnacionais, favorecidos por legislações frágeis e ganhos em escala, o que se evidencia nas 150 mil horas de programação “made in USA” veiculadas mensalmente nas TVs latino-americanas (MORAES, 2009, p. 115).

## Mudanças políticas e busca de alternativas

A radical hegemonia do modelo comercial de comunicação em nosso continente fez com que para a maioria da população seja impossível imaginar a existência de um modelo diferente, como ocorre em outros continentes, onde sistemas públicos têm enorme influência e são mais democráticos. Segundo o professor Laurindo Lalo Leal Filho,

O bloqueio ao acesso a um rádio, e depois a uma televisão, sem publicidade formou gerações alienadas. Para elas o modelo brasileiro era único. Assim como a maioria dos europeus, até a década de 80, nunca havia se deparado com a radiodifusão mantida pela propaganda, aqui nós nunca havíamos vislumbrado a possibilidade de ter uma rede nacional de TV sem sustentação majoritariamente comercial (LEAL FILHO, 2009, p.14).

De acordo com Manuel Castells, os meios de comunicação, ao exercerem o protagonismo na produção de símbolos funcionais para a reprodução ideológica, constituem-se em fontes de definição e de interpretação da realidade, dando cobertura a alguns temas e silenciando outros, outorgando fama e reconhecimento (CASTELLS, 1998). Para Herbert Schiller, em que pese os meios de comunicação serem neutros, os fins para os quais são usados não o são, podendo se converter em instrumento para manutenção do *status quo*. Durante a guerra do Vietnam os EUA instalaram transmissores que mantinham emissões dirigidas ao norte e sul do país e para garantir que fossem ouvidos, lançaram mais de dez mil pequenos rádios em todo o

---

<sup>5</sup> SCHILLER, Herbert. *O império norte-americano das comunicações*. Petrópolis: Vozes, 1976, p. 97 e 98.

território ocupado pelo inimigo. Estes aparelhos só captavam frequências emitidas pelas estações americanas (SCHILLER, 1976, p. 87).

A questão que se coloca frente aos governos que seguem orientação antineoliberal na América Latina na atualidade diz respeito ao papel que podem desempenhar na articulação de redes públicas que construam um espaço público de comunicação necessário às expressões de nossas identidades e que contribua para a integração continental disputando a hegemonia na formação do nosso imaginário social.<sup>6</sup>

À luz da concepção de Antonio Gramsci de sociedade civil como palco de contradições e de luta pela hegemonia<sup>7</sup>, os meios de comunicação são vistos neste contexto como parte do processo de disputa pela produção do imaginário social no continente, que agora busca fortalecer a sua integração. Dentro da ótica gramsciana, a consolidação da hegemonia não se reduz à força militar ou superioridade econômica, pois pressupõe a conquista do consenso, já que ela

não deve ser entendida nos limites de uma coerção pura e simples, pois inclui a direção cultural e o consentimento social a um universo de convicções, normas morais e regras de conduta, assim como a destruição e a superação de outras crenças e sentimentos diante da vida e do mundo (GRAMSCI. *Apud*: MORAES, 2010, p. 79).

Direção cultural que produz a capacidade que os meios de comunicação têm de criar quadros de representação e de colocar a força do senso comum ao lado de determinados agentes e de seus interesses, o que dá sentido à afirmação de Octávio Ianni em seu artigo “O príncipe eletrônico” quando, recorrendo à clássica metáfora de Maquiavel, afirma que neste momento histórico o príncipe são as poderosas instituições de comunicação, imprensa, rádio e televisão (IANNI, 2003).

Assim, a compreensão do caráter estratégico da comunicação tem sido apresentado como uma necessidade urgente na América Latina no sentido de fomentar as diversas formas de comunicação e expressão cultural por fora das lógicas e circuitos comerciais ainda hegemônicos no continente. Vale ressaltar que, longe de se propor a extinção da iniciativa privada ou de implementação de ditaduras estatais, trata-se de acabar com a exclusividade dos monopólios e abrir espaço para a fomentação do desenvolvimento cultural, da integração regional, da soberania e do incremento da cooperação entre os países.

Dentre as alternativas possíveis e necessárias de presença e intervenção governamental nos sistemas de informação e difusão cultural estão as providências para a renovação de leis e marcos regulatórios das outorgas de rádio e televisão; o apoio a produções audiovisuais independentes; geração e distribuição de conteúdos regionais e locais sem fins comerciais, de forma a valorizar a produção informativa, as artes e o patrimônio cultural, fortalecendo a expressão das diferenças e a participação individual e coletiva na vida social (MORAES, 2009). As políticas públicas de comunicação se configuram numa possibilidade de que o Estado

---

<sup>6</sup> Adotamos aqui a definição de imaginário social usada por Dênis de Moraes (2009: 29 e 30): “Composto por um conjunto de relações imagéticas que atuam como memória afetiva de uma cultura, um substrato ideológico mantido pela comunidade. [...] Nele, as sociedades esboçam identidades e objetivos, detectam inimigos e organizam passado, presente e futuro. Trata-se de uma dimensão da consciência humana em que se explicitam interesses, conflitos e controles da vida coletiva”.

<sup>7</sup> De acordo com Gramsci, a hegemonia é definida pela capacidade de unificar através da ideologia e de conservar unido um bloco social que não é homogêneo, mas sim marcado por profundas contradições de classe. In: GRUPPI, Luciano. *O conceito de hegemonia em Gramsci*. Rio de Janeiro: Graal, 1978, p. 70.

assuma seu papel regulador e harmonizador dos interesses coletivos aos quais as questões comunicacionais dizem respeito.

### 3- Políticas públicas como desafio para a integração

O ciclo de mudanças na orientação política dos governos na América Latina colocou na pauta em todo o continente uma questão que vinha sendo considerada como um “não-assunto” no período de predominância neoliberal: a discussão sobre um sistema público de radiodifusão. No entanto, barreiras ideológicas e preconceitos que se contrapõem a esse debate se somam à falta de consenso sobre uma definição mais precisa do que seria um sistema público de comunicação. Além da escassez de regulamentação no setor, outro problema que dificulta a sua aceitação é a ausência de um marco institucional capaz de impedir abusos e distorções ao sabor das virtudes dos governantes.

Outra questão importante é a imposição do paradigma liberal, segundo o qual a comunicação, para atender aos requisitos da sociedade, deve afastar-se do Estado, e não se aproximar dele para interferir em suas diretrizes e ações. Tal concepção se funda na idéia de uma suposta necessidade de independência da comunicação social em relação ao poder público que o financia. De acordo com Lassance (2011) tal comportamento recai em uma simulação que pode resultar em algo mais grave, que é a tentativa de maquiagem a fonte de informação e os interesses que estão por trás daquela mensagem. Segundo ele, quem recebe uma mensagem tem o direito de conhecer seu emissor, sem subterfúgios.

Nessa discussão, concepções variadas, a exemplo dos modelos educativo e o culturalista, são colocadas como alternativa por diversos intelectuais que debatem esse tema. Para Eugênio Bucci,

as emissoras públicas deveriam diferenciar-se, recusando-se a competir no mercado e buscando dar visibilidade às expressões francamente minoritárias da cultura e do debate público, que não têm aptidão para se tornar ‘campeãs de audiência’ e não têm vez nas comerciais (In: INTERVOZES, 2009)

Estudiosos da cultura latino-americana, como Martin-Barbero, trabalham com a idéia de televisão pública de cultura, mas reafirmando que “um propósito fundamental que deveria definir a alternativa em matéria de comunicação na América Latina seria transformar o processo, a forma dominante e normal da comunicação, para que sejam as classes e grupos dominados os que tomem a palavra”.<sup>8</sup>

Além de alternativa ao modelo comercial, há os que defendem um formato público não-estatal, com base no conceito de “esfera pública” desenvolvido por Habermas (2003), que a define como a discussão pública e a formação de opinião sobre assuntos de interesse comum por particulares, tendo como base o uso da razão. Então, o modelo não-estatal de mídia seria o espaço privilegiado de debate público, garantido pela autonomia financeira e pela gestão participativa. De acordo com Diego Portales, o que define o caráter público ou estatal da televisão é o seu estatuto jurídico. “Se a geração, o controle e a remoção das autoridades dependem diretamente do chefe do governo, a conduta do meio deverá seguir a orientação do governo de turno”, afirma.<sup>9</sup>

---

<sup>8</sup> Apud: CACHI, Camilo Valqui & BAZÁN, Cutberto Pastor (org.). *Capital, poder y medios de comunicación: una crítica epistémica*. Cajamarca, Upagu, 2009, p. 75.

<sup>9</sup> PORTALES, Diego. “televisão pública na América Latina: Crises e oportunidades”, in: RINCÓN, Omar. *Televisão pública: do consumidor ao cidadão*. São Paulo, F.E.Stiftung, 2002, p. 65.

Entretanto, Lassance (2011) aponta a inconsistência do conceito de comunicação pública por esta ser uma transposição incorreta do conceito de esfera pública para dentro da organização do Estado, o que contradiz a concepção de Habermas mencionada anteriormente. Segundo ele, a inconsistência dessa transposição se confirma na falta de lastro teórico, pelo fato de que o conceito habermasiano se refere de forma mais apropriada à comunicação feita em público e em espaços públicos.

Partindo das concepções marxistas gramscianas levantadas anteriormente, onde o conceito de hegemonia expressa o eixo das disputas ideológicas existentes na sociedade, alguns pesquisadores trabalham com a definição de mídia pública como aparelho de Estado atuante na dinâmica da luta de classes. Dessa forma,

os meios de comunicação públicos seriam aparelhos estatais que existem para garantir os interesses gerais do Estado, visto aí como capitalista coletivo ideal, na indústria cultural, cumprindo primordialmente a função de propaganda na construção de “consensos” a partir da tensão dialética entre posições hegemônicas no âmbito do aparelho e as demandas do público a quem se dirige (VALENTE, 2009, p. 41).

Ou seja, a mídia pública não existe fora do Estado, por ser um de seus aparelhos.

## Regulamentação e integração

A percepção do caráter estratégico dos meios de comunicação se expressa nas diversas ações recentes visando o fortalecimento de estruturas públicas de radiodifusão, além da regulamentação do setor, buscando soluções legais que respondam às peculiaridades de cada país. Moraes (2009, p. 120) aponta algumas tendências que têm caracterizado as intervenções governamentais no atual período: reorganização da comunicação estatal; novos canais de televisão nos âmbitos estatal ou público; leis que restrinjam a concentração e assegurem maior controle público sobre empresas concessionárias de rádio e televisão; apoio a mídias alternativas e comunitárias; fomento à produção cultural independente; e leis que estimulem a indústria audiovisual nacional.

Uma comunicação mais plural, mais complexa e mais participativa, onde os diversos setores da sociedade possam se expressar, de forma a dar visibilidade às criações culturais endógenas e que fortaleçam a integração, tem se mostrado como matiz programático nessas iniciativas governamentais recentes.

A recente Ley de Servicios Audiovisuales da Argentina<sup>10</sup>, um dos melhores exemplos dessa situação recente, estabeleceu uma definição muito clara entre os setores público, privado comercial e o social, acabando com o desequilíbrio marcante que sempre favoreceu ao setor comercial privado. Com forma de incentivar a integração, a lei determina a inclusão da programação de sinais originados em países do MERCOSUR e em países latino-americanos, além de estipular um percentual mínimo de 60% de programação de origem nacional. Além disso, o Canal Encuentro se caracteriza pela mudança na lógica informática e cultural.

Essa 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. Sua aplicação já gerou uma nova possibilidade de discussão sobre o papel social dos meios de

---

<sup>10</sup> Disponível em: [http://www.argentina.ar/\\_es/pais/nueva-ley-de-medios/C2396-nueva-ley-de-medios-punto-por-punto.php](http://www.argentina.ar/_es/pais/nueva-ley-de-medios/C2396-nueva-ley-de-medios-punto-por-punto.php) (acessado em 24.01.11).



comunicação e, 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. O grupo Clarín, que detém um monopólio ainda maior do que o da Rede Globo no Brasil, terá que se desfazer desse império.

Na Venezuela uma série de acontecimentos colocou esta pauta no centro do debate. Após a traumática experiência do “golpe midiático”<sup>11</sup> ocorrido em 2002, o governo incentivou e disseminou as rádios e TVs comunitárias, jornais e sítios de internet, contabilizando atualmente 167 rádios e 26 TVs comunitárias. A inauguração do canal multiestatal Telesur em 2005 foi um marco no estabelecimento de diretrizes fora dos parâmetros mercadológicos e visando claramente uma política de integração e intercâmbio regional. Além disso, a promulgação da Ley Resorte<sup>12</sup>, o lançamento de um satélite próprio e a criação de emissoras como a TVes e a Vive TV, são apresentados como medidas para ampliar o espectro voltado ao atendimento de demandas públicas.

A TVes A Televisión Venezolana Social (TVes) é, do ponto de vista conceitual, “a principal organização do sistema público venezuelano porque consegue atingir de forma razoável o território nacional e se tornou um projeto politicamente importante no campo da comunicação do país”<sup>13</sup>. Gerenciada por uma fundação (TEVES), e não por um órgão governamental, o que a aproxima mais da moderna idéia de “público”, a TVes surgiu depois da não-renovação da licença pública de radiodifusão da RCTV, por transgressão da Lei de radiodifusão e de princípios constitucionais. Abrindo espaço para veiculação de produções independentes venezuelanas, a rede tem horário específico para o noticiário regional, além de variada programação.

A Telesur é um exemplo paradigmático das lutas e disputas ideológicas que permeiam o ambiente midiático no continente. Sua cobertura jornalística prioriza acontecimentos na América Latina, questões sociais e comunitárias, eventos culturais e esportes, sob um lema de “Independência sim, neutralidade jamais”. Entretanto,

por bloqueio ideológico, a Telesur segue excluída dos canais de televisão aberta e por assinatura. É transmitida por canais estatais de Venezuela, Bolívia e Nicarágua. Os governos de Argentina e Uruguai são acionistas da emissora, e nem assim os contribuintes dos dois países têm direito a assistir à programação – apenas as televisões oficiais a retransmitem. O paradoxo não poderia ser mais eloquente: operadoras de TV paga decidem que um canal financiado pelo poder público deve ficar de fora de seus pacotes (MORAES, 2009, p. 128).

Os mesmos canais que recusam a veicular a Telesur transmitem o canal estatal chileno TVN, com marcada feição comercial.

O Brasil, que também não aderiu ao projeto da Telesur, optou por criar seu próprio espaço de TV sul-americano através do Canal Integracion, dirigida especialmente para o cone sul. Este canal mantém convênio com a TV Educativa do governo do Paraná para exibição de

---

<sup>11</sup> De acordo com jornalista Renato Rovai, no dia 11 de abril de 2002 os monopólios de televisão convocaram uma passeata até a sede do governo sob o lema “*ni un paso atras*”, de onde retiraram o presidente e anunciaram sua suposta renúncia. A reação dos morros convocada pelas rádios comunitárias foi omitida em todo o noticiário.

<sup>12</sup> Disponível em <http://www.leyresorte.gob.ve/index.asp>.

<sup>13</sup> INTERVOZES, Coletivo Brasil de Comunicação social. *Sistemas públicos de comunicação no mundo - experiências de doze países e o caso brasileiro*. São Paulo, Paulus, 2009, p. 258.

documentários e programas jornalísticos. A discussão sobre políticas públicas de comunicação em nosso país tomou impulso depois da polêmica sobre a criação da Agência Nacional do Cinema e do Audiovisual (Ancinav). A Empresa Brasil de Comunicação (EBC) e a TV Brasil forma propostas com o objetivo de fortalecer a comunicação de interesse público, as políticas de cooperação, a produção e o intercâmbio regional<sup>14</sup>. Criada em 2007, a EBC herdou os patrimônios das extintas Radiobrás e TVE-Brasil, além de incorporar as rádios Nacional e MEC e as TVEs do Rio de Janeiro e do Maranhão. Entre os três canais que gerencia (TV Brasil, NBR e o Canal Integración), a TV Brasil “é o canal criado para ser a primeira televisão efetivamente pública de dimensão nacional do país, com um perfil voltado para o jornalismo e programas culturais, do local ao internacional”.<sup>15</sup> No entanto, até hoje seu sinal só atinge os estados do Rio de Janeiro, Maranhão, a cidade de São Paulo e Brasília e sua programação ainda não está claramente diferenciada do modelo comercial.

A discussão sobre propostas de regulamentação do setor tem sido postergada e travada devido às fortes resistências disseminadas na sociedade pelos meios hegemônicos. Essa hesitação do governo brasileiro em matéria de políticas de comunicação não é apontada apenas por entidades ativistas e pesquisadores, mas também por membros do governo anterior ao atual.

Podemos constatar que, de acordo com a realidade de cada país, as resistências a esse debate são maiores ou menores. Mas há uma tendência geral de debater as políticas públicas de comunicação. Na Bolívia, por exemplo, o texto constitucional aprovado em 2007 assegurou a liberdade de imprensa, de expressão e o direito à comunicação a todos os cidadãos, proibindo os monopólios e oligopólios por parte das corporações midiáticas (MORAES, 2009).

Também em 2007 e o presidente do Equador, Rafael Correa, alterou por decreto a regulamentação da Lei de Radiodifusão e Televisão, proibindo a reprodução ou gravação de vídeos clandestinos. Além disso, na constituição aprovada em 2008, o setor de radiodifusão passou a ser enquadrado como setor estratégico para o desenvolvimento, por sua influência nos aspectos econômicos, sociais, políticos e ambientais, sendo obrigação do Estado impedir a sua concentração, estabelecendo o prazo de dois anos para que setores financeiros se desliguem dos veículos de comunicação. Além disso, foi criada uma ouvidoria pra receber queixas dos telespectadores sobre o conteúdo dos programas.

De forma geral, podemos constatar um movimento recente, que surgiu no rastro das mudanças na orientação política vividas pelos países latino-americanos, no sentido de perceber o caráter estratégico dos meios de comunicação e da sua importância para o processo de integração continental. As políticas públicas de comunicação estão sendo disseminadas pelos governos recentes como forma de buscar um equilíbrio e democratização em um meio marcado pela forte concentração de monopólios de interesses comerciais.

#### 4- Conclusão

A atualidade do debate sobre as políticas públicas de comunicação na América Latina se expressa no movimento crescente em diversos países do continente no sentido de promulgar leis, instituir parâmetros, criar emissoras públicas e democratizar a radiodifusão. Depois de décadas sob os desígnios das experiências neoliberais, o continente vem demonstrando uma imensa reação através de mobilizações populares e da ascensão de governos de orientação contrária aos traumas daquelas experiências, em que o Estado mínimo condenava a invisibilidade as múltiplas riquezas e características de nossa população.

---

<sup>14</sup> A Lei 11.652 que cria e estabelece as diretrizes da EBC esta em <http://www.ebc.com.br/empresa/legislacao>.

<sup>15</sup> INTERVOZES. *Op. cit.*, p. 275.

A maior característica desses meios em nosso continente é a concentração monopólica dos meios de comunicação, com objetivos comerciais, que se consolidou nas mãos de meia dúzia de famílias oligárquicas em aliança com transnacionais americanas. Esse fato é a maior demonstração do caráter antidemocrático desses meios, que se dedicam a reproduzir um imaginário social alienígena à nossa cultura e aos nossos povos.

As recentes mudanças políticas ocorridas no continente apontam uma tendência a enfrentar das formas mais diversas esses monopólios, o que tem sido feito através da implantação de políticas públicas de comunicação. Esses debates e movimentos em torno dessas políticas, que vem ocorrendo em diversos países do continente, abriram uma perspectiva mais ampla e real de favorecimento da integração regional, de fortalecimento do nosso imaginário coletivo e da identificação geral com nossas raízes culturais.

As propostas de regulamentação da radiodifusão que surgiram no Brasil, Venezuela, Bolívia, Equador, Argentina, entre outros países, são apenas uma expressão dessa nova realidade.

## 5- Referências bibliográficas

BELLUZZO, Luis Gonzaga. *Ensaio sobre o capitalismo no século XX*. São Paulo: editora Unesp, 2004.

BORGES, Altamiro. *A ditadura da mídia*. São Paulo: Anita Garibaldi/Associação vermelho, 2009.

CACHI, Camilo Valqui & BAZÁN, Cutberto Pastor (org.). *Capital, poder y medios de comunicación: una crítica epistémica*. Cajamarca, Upagu, 2009.

CARMONA ULLOA, E. *Los Amos de la Prensa en América Latina*. In: *Los Dueños de Venezuela (y los Amos de la Prensa de América Latina)*. Santiago de Chile: Ediciones del Leopardo/Revista Punto Final/Wordtheque, 2004. Disponível em:

[http://www.logoslibrary.eu/pls/wordtc/ecommerce.stampa\\_scheda\\_1?hcodice=70990&hlingua=ES](http://www.logoslibrary.eu/pls/wordtc/ecommerce.stampa_scheda_1?hcodice=70990&hlingua=ES)

COMPARATO, Fábio Konder. “A democratização dos meios de comunicação de massa”, in: BUCCI, Eugenio (org.). *A TV aos 50*. São Paulo, Perseu Abramo, 2000.

INTERVOZES, Coletivo Brasil de Comunicação social. *Sistemas públicos de comunicação no mundo - experiências de doze países e o caso brasileiro*. São Paulo, Paulus, 2009

LASSANCE, Antonio. “Comunicação institucional do poder público”. IN: *Panorama da comunicação e das telecomunicações no Brasil*. Org. Daniel Castro, Jose Marques de Melo e Cosette Castro. Brasília: IPEA, 2010.

MORAES, Dênis de. *A batalha da mídia: governos progressistas e políticas de comunicação na América Latina e outros ensaios*. Rio de Janeiro: Pão e Rosas, 2009.

MIELLI, Renata (org) e outros. *Comunicação pública no Brasil: uma exigência democrática*. São Paulo: Anita Garibaldi/Associação Vermelho, 2009.

PORCHMANN, Marcio. *O Estado e seus desafios na construção do desenvolvimento brasileiro*. São Paulo, Boitempo, Revista Margem Esquerda, nº 15, dez. 2010

PORTALES, Diego. “televisão pública na América Latina: Crises e oportunidades”, in: RINCÓN, Omar. *Televisão pública: do consumidor ao cidadão*. São Paulo, F.E.Stiftung, 2002.

ROSENMAN, Marcos Roitman. “Neoliberalismo”. In: *Enciclopedia latino-americana*. São Paulo: Boitempo, 2006.

ROVAI, Renato. *Midiático poder, o golpe dos supermeios e o fortalecimento da guerrilha informativa no caso Venezuela*. 2003. Dissertação de Mestrado. ECA, USP, SP

SCHILLER, Herbert. *O império norte-americano das comunicações*. Petrópolis: Vozes, 1976

SOUZA SANTOS, Boaventura. "O socialismo do séc". XXI. Carta Maior, 24 de maio de 2007.

SERRANO, Franklin (2004). "Relações de poder e política macroeconômica americana, de Bretton Woods ao padrão dólar flexível". In: FIORI (org). *O poder americano*. Petrópolis, RJ: Vozes.

VALENTE, Jonas. Sistema público de comunicação no Brasil. In: Intervezes. Coletivo Brasil de Comunicação social. *Sistemas públicos de comunicação no mundo - experiências de doze países e o caso brasileiro*. São Paulo, Paulus, 2009