

## **La sociedad civil frente a la concentración de los medios en Brasil: ¿Qué papel? ¿Qué posibilidades?**

### ***Civil society facing media concentration in Brazil: What Role? What possibilities?***

**Autores:** Dra. Eula Dantas Taveira Cabral, Instituto Brasileño de Información en Ciencia y Tecnología del Ministerio de Ciencia y Tecnología do Brasil, Brasil- [eulacabral@gmail.com](mailto:eulacabral@gmail.com)

Dr. Adilson Vaz Cabral Filho, Universidade Federal Fluminense, Brasil- [acabral@comunicacao.pro.br](mailto:acabral@comunicacao.pro.br)

**Resumen:** El propósito de este artículo es comprender las formas de acción de la sociedad civil en el momento de la concentración de medios en Brasil. La investigación demuestra que la sociedad civil tiene una importancia considerable para cambiar la imagen actual de la concentración y de las irregularidades de los medios de comunicación de Brasil, basado en una investigación bibliográfica y documental, así como en entrevistas con académicos y representantes de organizaciones sociales de la sociedad civil. Aunque se considere no actor/actriz de la reglamentación de los medios en Brasil, es a través de sus movilizaciones constantes ante el gobierno brasileño que las leyes se están construyendo en beneficio de la población brasileña y el tema de la concentración de medios ha surgido en el país, siendo una de las cuestiones sensibles del segundo mandato de la presidenta Dilma Rousseff.

**Palabras Clave:** sociedad civil, concentración de los medios de comunicación, economía política de la comunicación, reglamentación de los medios, Brasil

**Abstract:** The purpose of this article is to understand ways of civil society action facing of media concentration in Brazil. Research shows

*La sociedad civil frente a la concentración de los medios en Brasil:  
¿Qué papel? ¿Qué posibilidades?*

that civil society has considerable importance to change the current picture of concentration and irregularities of the Brazilian media, based on bibliographical and documentary research as well as interviews with scholars and representatives of social organizations of civil society. Although considered a non-actor / actress of media regulation in Brazil, through its constant demonstrations to Brazilian government that laws are being built for the benefit of Brazilian population and the theme of media concentration has emerged in the country, being a sensitive issues for the second mandate of President Dilma Rousseff.

**Key words:** civil society, media concentration, political economy of communication, media regulation, Brazil

#### **Tabla de contenidos:**

1. Introducción
2. Metodología
3. Escenario mediático
4. Posicionamiento de la sociedad civil a respecto a la concentración mediática brasileña
5. Conclusiones
6. Referencias bibliográficas

#### **1. Introducción**

Los medios de comunicación tradicionales y del sector de las telecomunicaciones en Brasil se caracterizan por la concentración en unos pocos grupos. La realidad brasileña comprende detalles en el desarrollo del sistema de comunicaciones en y para el país,

especialmente en relación con el fortalecimiento y el apoyo del sector privado.

La concentración de grupos de medios de comunicación en el país es la más grande del mundo debido a su amplia expansión y alcance en dimensiones territoriales, incluidas conexiones regionales y locales, así como la decisiva influencia que ejercen en la elaboración de las políticas en sus áreas de acción.

A pesar de los conglomerados de comunicaciones y telecomunicaciones privadas y que muchos políticos en Brasil no tienen en cuenta la sociedad civil, su papel todavía se puede entender como fundamental para cambiar la imagen actual de la concentración y de las irregularidades de los medios de comunicación brasileños.

## **2. Metodología**

Este estudio científico utilizó como técnicas la investigación bibliográfica y documental, y las entrevistas con académicos y representantes de organizaciones de la sociedad civil, como el FNDC, Comunicativistas y la ONG Artículo 19.

Se cuestionó cómo se posicionan ante la concentración de los medios de comunicación de Brasil; cómo el gobierno podría contribuir en este sentido; la posibilidad de las normas y la regulación; así como el papel de estos actores y el propio gobierno en estos procesos políticos.

## **3. Escenario mediático**

Brasil es uno de los principales países en América Latina y el séptimo lugar en la economía mundial. Su ámbito territorial es 8,515,767,049 km<sup>2</sup>. Con más de 190 millones de habitantes, ocupa el quinto lugar

entre los más poblados del mundo. Se divide en cinco regiones con 26 Estados, 1 Distrito Federal y 5.570 municipios.

En Brasil, la televisión abierta y la radio llegan a más del 90% de los hogares. 96,9% de los hogares brasileños tienen al menos un aparato de televisión en el país y el 83,4% una radio (PNAD, 2013). TV por cable, teléfonos fijos y móviles e internet se están convirtiendo en realidad para la mayoría de los brasileños. PNAD (2013) registró que el acceso a internet en los hogares alcanzó 85,6 millones de brasileños, o sea, 49,4% de la población. Se ha verificado que 45,3% de la población se conecta por las microcomputadoras y un 4,1% de las personas a través de otros dispositivos tales como teléfonos móviles, *tablet* o televisión.

De acuerdo con la Investigación Brasileña de Medios 2015: los hábitos de consumo de medios de comunicación por la población brasileña se resumen en que el 95% de los encuestados ve la televisión (el 73% la ve todos los días), el 55% escucha la radio (el 30% la escucha todos los días) y el 48% accede a internet. 21% lee periódicos y 13% revistas. También se registra que el 26% de los hogares brasileños son atendidos por el servicio pago de televisión, 23% para antena parabólica y el 72% tiene acceso a la emisión de TV abierta.

En Brasil, a diferencia de otros países, el área de la radiodifusión (radio y televisión) se separa de las telecomunicaciones. Hay un modelo de funcionamiento de la radio y televisión asociado a grupos privados brasileños liderados por políticos, familias e iglesias. Por otra parte, no hay reglamentación de los medios de comunicación.

Brasil tiene la mayor concentración de los medios en el planeta. En el área de la radiodifusión, cinco conglomerados nacionales de medios

de comunicación privados y cinco grupos regionales llegan a casi el 100% del territorio brasileño. Los nacionales alcanzan 5.570 municipios.

Rede Globo está presente en 98,6%, es decir, 5.490 ciudades de Brasil, alcanzando el 96,7% de los hogares con televisión. El SBT (Sistema Brasileño de Televisión) alcanza un 85,7%, llegando a 4.772 municipios y el 92,2% de los hogares con televisión. En tercer lugar se encuentra Rede Record con 79,3% o 4.417 municipios, alcanzando 90,2% de los hogares con televisión. En cuarta posición, Rede Bandeirantes con 64,1% en 3.569 municipios y el 87,6% de los hogares con televisión. Y en quinto, en la investigación de Mídia Dados (2015), se identifica la Rede TV con 56,7%, llegando a 3.157 municipios y el 76,5% de los hogares con televisión.

En el caso de los grupos regionales, se evidencian: Rede Brasil Sul (en el Sur del país), con alcance en todos los hogares de Río Grande do Sul y Santa Catarina; Organizaciones Jaime Câmara (en el Centro Oeste); Red Amazónica de Radio y Televisión que opera en cinco de los siete estados de la región Norte; Grupo Zahran, en los estados de Mato Grosso y Mato Grosso do Sul; y Grupo Verdes Mares (en Nordeste).

La concentración de medios en manos de unos pocos conglomerados en Brasil es considerada como ilegal. No se cumple el plazo para el cambio legal de los propietarios y no existen restricciones a la formación de redes nacionales y regionales. Estas infracciones se pueden observar en la legislación brasileña, especialmente en el capítulo V de la Constitución Federal vigente (1988).

Además de la concentración en el área de la radiodifusión por propietarios brasileños, en la de Telecomunicaciones el agravante es

que todos los propietarios son extranjeros y alcanzan casi el 100% del territorio nacional. Seis grupos comprenden este panorama: Telefónica / Vivo / GVT (en telefonía fija, móvil, banda ancha y TV de pago); Oi (en telefonía fija, móvil, banda ancha y TV de pago); América Móvil BR (formado por Claro, Embratel y Net, opera en telefonía fija, móvil, banda ancha y TV de pago); TIM (en el móvil y banda ancha); Nextel (operadora deSME–trunking–comunicación por radio), y SKY (en banda ancha y TV de pago).

La industria de las telecomunicaciones en Brasil en el primer trimestre del 2015 estuvo representada por la prestación de servicios a 375 millones de suscriptores, un aumento de 1,2% respecto al trimestre de 2014. Es decir, 45 millones con telefonía fija; 283,4 millones de teléfonos móviles; 19,8 millones con la televisión de pago; 24,4 millones con la banda ancha fija, y 2,5 millones con el SME, el Trunking.

Frente a un panorama interesante de los medios para los grupos de radiodifusión y telecomunicaciones, se forman oligopolios. Sin embargo, la concentración de los medios de comunicación puede restringir el mercado, evitando la democracia en los medios de comunicación. Corresponde al gobierno federal reglamentar y regular el mercado. Los involucrados en el proceso de reglamentación de los medios (gobierno, empresas y sociedad civil), ante la realidad descrita, tiene que cumplir sus funciones.

Según Venicio Lima (2011), el principal actor de reglamentación de los medios en Brasil es el Estado, o sea, el poder ejecutivo, y la Constitución de 1988 establece que la concesión y renovación de la radiodifusión deben ser compartidas con el parlamento. Sin embargo, es importante señalar que los parlamentarios brasileños son los

responsables de la renovación de los canales y, al mismo tiempo, propietarios.

Se hace caso omiso a que en la Constitución de 1988 en su Sección V, Artículo 54, se registra que los diputados y senadores tienen prohibido firmar o mantener un contrato con empresas concesionarias de servicio público y no podrán aceptar o ejercer cargos, función o empleo remunerado en las estaciones.

El segundo actor del proceso, detectado por Lima (2011, p.33), se compone de grupos empresariales privados representados por entidades que actúan como actores políticos. Además del sector de la radiodifusión se incluyen las compañías telefónicas que operan actualmente en el país, en el sistema de telefonía móvil y residencial, internet de banda ancha y televisión por cable; y la industria electrónica que fabrica equipos y tiene "interés directo en soluciones tecnológicas que se adoptarán para la implementación de nuevas tecnologías, especialmente las derivadas de la radio y la televisión de exploración".

Cabe destacar también la sociedad civil que, según Venicio Lima (2011, p.33), es un "no-actor" que trabaja sus posiciones, "pero no son capaces de ejercer una influencia significativa", porque, para el investigador, lo que hay es "una negociación entre el gobierno y algunos grupos privados".

A pesar de Lima (2011) considerar la sociedad civil como no actor, vale señalar que en Brasil muchas discusiones y problemáticas en el sector mediático surgen gracias a sus esfuerzos. Por lo tanto, su papel es crucial para cambiar la imagen actual de concentración e irregularidades de los medios de comunicación brasileños.

Ejemplo de acción de la sociedad civil es lo sucedido en 2009, cuando el gobierno federal, en busca de la reglamentación de los medios, celebró en Brasilia la primera Conferencia Nacional de Comunicación, con asistencia de más de 1.600 delegados. De las entidades del sector privado, solamente asistieron ABRA (Asociación Brasileña de los Radiodifusores) y Telebrasil (del sector de las telecomunicaciones). El evento, a pesar de no contar con apoyo de los grupos de medios de comunicación, resultó en casi 700 propuestas con el objetivo de ayudar al gobierno en la regulación de los medios de comunicación en Brasil.

Además de la Conferencia, en el gobierno de Lula, en julio de 2010, el Presidente dictó un decreto a través del cual creó una Comisión Interministerial con el propósito de preparar estudios y presentar propuestas para la revisión del marco regulador de los servicios de radiodifusión y de telecomunicaciones. En 2014, la Presidenta de Brasil, Dilma Rousseff, ha prometido que en su segundo mandato (que se inició en el 2015) defendería la regulación de los medios en Brasil. Sin embargo, ya que es un tema "sensible", sobre todo en relación con el derecho a la información y la democratización de los medios de comunicación, encuentra resistencia por parte del Congreso Nacional y es presentado como censura a la libertad de expresión por los conglomerados de medios.

#### **4. Posicionamiento de la sociedad civil respecto a la concentración mediática brasileña**

La participación de la Sociedad Civil (SC) en procesos como los de las cumbres y conferencias multilaterales de las Naciones Unidas se consolida y da frutos en la formulación de propuestas, reivindicaciones y protestas, así como en el monitoreo de las políticas públicas. Si desde la década de 1970, con el desarrollo del

*La sociedad civil frente a la concentración de los medios en Brasil:  
¿Qué papel? ¿Qué posibilidades?*



movimiento ambientalista, sus miembros comenzaron a tejer la idea de pensar globalmente y actuar localmente, a finales de la década de 1990, con el fortalecimiento de la sociedad civil en las redes globales, esta perspectiva ha llegado a construirse con base en las ideas del pensamiento global y la acción global.

El crecimiento de las articulaciones en muchos niveles diferentes ha generado consensos en torno a mejores prácticas y estrategias, ha reforzado demandas relacionadas con el pensar y actuar global, pero con los pies en el local. Un local que genera movimientos en escala nacional y que recibe al revés los frutos de las articulaciones regionales y globales generados desde ahí, en forma de debates en torno a la comunicación como interés público.

La SC organizada tiene un papel clave en la conformación de las políticas públicas, para que sean reclamadas y afirmadas en su hacer cotidiano. Su lugar es mucho menos para afirmar la composición de una estructura tripartita, en la cual ella se identifica desde la comprensión estrecha del tercer sector. Pero, sin ignorar la existencia de momentos de necesarias concertaciones junto con el Estado y el mercado, la SC afirma su autonomía desde diferentes actividades que le permite construir identidad junto a la población en general.

También hay que entender la complejidad de estas atribuciones, en la medida en que el Estado también se constituye por actores hegemónicos de la sociedad civil y sus fuerzas de apoyo, afirmando y prevaleciéndose del poder regulador, que crea, evalúa y realiza ajustes. La apropiación social aparece no sólo como estrategia de uso de las TIC disponibles o a reivindicarse, sino como un eje central de la articulación de los actores, en el contexto de las organizaciones de la sociedad civil, para el desarrollo de nuevas regulaciones.

En el campo de la comunicación se debe entender de qué forma se hace posible la promoción del interés público. Las iniciativas que fomentan la articulación de redes y el aprendizaje de una manera compartida contribuyen a proporcionar modelos de referencia para una democratización de la comunicación que se afirma como derecho humano desde el propio poder-hacer comunicacional.

Mientras que el gobierno federal no se opone de modo claro, la sociedad civil, desde el 2013, busca firmas de la población para que el Proyecto de Ley de Iniciativa Popular de Comunicación Social Electrónica (PLIP), conocida como la Ley de Medios Democrática, entre en la agenda del Parlamento brasileño. Además, establece alianzas y diálogos con diputados federales y senadores a través de propuestas para hacer de la democratización de las comunicaciones una realidad en el país.

Al consultar instituciones (Comunicativistas, FNDC, Artículo 19) y representantes de círculos académicos que conforman la sociedad civil y luchan en favor de la Democratización de la Comunicación sobre cómo se posicionan frente a la concentración de los medios, se identificaron notables coincidencias y preocupaciones.

Comunicativistas es el Colectivo por una Comunicación Libre y Democrática, formada por activistas de diversos sectores. El FNDC es el Foro Nacional para la Democratización de la Comunicación que opera en la planificación, la movilización, la formulación y el desarrollo de las medidas jurídicas y políticas para promover la democracia en la comunicación. El Artículo 19, trabaja para que cada persona se exprese libremente, acceder a la información y disfrutar de la libertad de prensa.

Es importante destacar que, aunque no se considere uno de los actores de regulación de los medios en Brasil, la SC se está involucrando suficientemente en los debates en torno a la concentración de los medios.

De acuerdo con la representante de Comunicativistas, Cláudia Abreu (2015), hay una participación de la SC en las "movilizaciones en torno a las luchas por la democratización de la comunicación. La concentración de los medios de comunicación es cada vez mayor y va perjudicando a los trabajadores y la sociedad del sector en general". Por lo tanto, es necesario que la SC esté "expandiendo el número de actores, que prohíbe la propiedad cruzada mediante la imposición de los límites necesarios para evitar la concentración del sector. Apoyamos el PLIP, un proyecto que tiene como objetivo democratizar el sector en las líneas de los marcos legales vigentes".

Para el representante de FNDC, Orlando Guilhon (2015), FNDC, desde 1991, "lleva esta batalla contra el monopolio/oligopolio en los medios de comunicación privados/comerciales brasileños". Soportan "proyectos que regulan la regionalización de la producción periodística y cultural en la radiodifusión", como las "campañas nacionales para aprobar una Ley de Medios Democrática que regule la prohibición del monopolio/oligopolio en los medios de comunicación nacionales, peticiones, debates y seminarios con universidades, sindicatos y organizaciones sociales".

Guilhon (2015) también ha explicado que FNDC produce materiales como folletos, videos, audios, entrevistas, entre otros, dirigidos a los medios alternativos, comunitarios, libres y públicos; a la vez que realiza actos y manifestaciones públicas en calles y plazas, campañas en las redes sociales, negociaciones y presión sobre los poderes públicos, acciones legales en el MPF y en la Corte Suprema. "Hemos

utilizado todas las formas posibles de lucha y movilización para tratar de avanzar en esta lucha en Brasil”.

Sobre la posibilidad de cambiar el escenario actual, Guilhon (2015) llama la atención sobre el hecho de que la SC debe combinar diversas estrategias de lucha, como recolectar 500.000 firmas para el Proyecto de Ley de Medios Democráticos a ser analizado en el Congreso.

La abogada Karina Quintanilha (2015), representante de la ONG Artículo 19, explica que el grupo “cree que la concentración de los medios de comunicación es una gran amenaza para la libertad de expresión en Brasil” y se han movilizad para que se pongan fin a esta situación. Llama la atención sobre la necesidad de debates sobre la legislación de los medios. “Entendemos que esta situación implica discutir medios y leyes para evitar un monopolio en la radiodifusión”. Además, “asegurar la expansión y sostenibilidad de los medios públicos y comunitarios, así como presionar para la existencia de los organismos reguladores de comunicación verdaderamente independientes e imparciales”.

En cuanto a la concentración de las telecomunicaciones, el investigador senior del Centro de Políticas, Derecho, Economía y Tecnologías de Comunicación y profesor de la Universidad de Brasilia, Murilo César Ramos (2015), llama la atención sobre el hecho de que “se trata de un mercado –la radiodifusión– que es oligopolio, y se podría argumentar que es un oligopolio natural, dado los altos costos de entrada, en términos de inversión en infraestructura física y recursos de tecnología”. En relación a “la competencia entre los grupos existentes, es un mercado más equilibrado. El desequilibrio se puede ver en la televisión de pago, en el que el grupo Claro/Embratel/Net concentra más de 50% del mercado”. Sin embargo, el investigador cree que el escenario va a cambiar en los

próximos años “con la creciente competencia de las llamadas empresas over-the-top (OTTs), es decir, aquellas como Netflix y similares, Facebook, Google/YouTube, Apple, Amazon, con su oferta vídeo a la carta y firmas más baratas a través de internet”.

Analizando el mercado de la radiodifusión y las telecomunicaciones, Murilo César Ramos (2015) señala, además, que existe desequilibrio económico, “el mercado de la radiodifusión, cuyos ingresos brutos anuales poco superan 20 mil millones anuales de Reales, mientras que el mercado de las telecomunicaciones ha tenido, en 2014, los ingresos brutos totales de más de 200 mil millones de Reales”.

Según el profesor de la Escuela de Comunicación de la Universidad Federal de Río de Janeiro, vicepresidente de ULEPACC-Br, Marcos Dantas (2015), la estructura del mercado de las comunicaciones es crítica. En lo que se refiere a las telecomunicaciones, señala que “el discurso de la concentración es un discurso liberal, constantemente desmentido por la realidad. (...) En gran parte del país, están presentes uno o dos operadores”.

En cuanto a la radiodifusión, Marcos Dantas (2015) registra que “la escasez de frecuencias de aire también obliga a la limitación del número de actores y favorecía la lógica de concentración del capital. Hoy en día, esta realidad está cambiando”. Para el investigador, “en términos prácticos, nosotros y mi organización (ULEPACC-Br) trabajamos en la construcción de un marco legal para abrir un espacio para la entrada de nuevos actores no comprometidos con el uso de esta lógica”. Es decir, “sería ocupado por los productores y difusores interesados en proponer y apoyar a los discursos e imágenes alternativas a la cultura de mercado”.

Pero sin la participación del Gobierno Federal, la SC considera que no es posible cambiar el escenario actual. Para Orlando Guilhon (2015), el Gobierno Federal “está de manos atadas, por no ser exactamente una regulación del capítulo 220 de la Constitución Federal, aquella que prohíbe explícitamente el monopolio y oligopolio en los medios de comunicación en el país”. Pero al mismo tiempo, señala que “el Gobierno debe tener la audacia de llamar para sí la responsabilidad de hacer este debate [reglamentos] de la forma más amplia, transparente y republicana”, y sobre todo “la participación de todos los sectores de la sociedad, llevando adelante las resoluciones de la I Conferencia Nacional de Comunicación”.

Cláudia Abreu (2015) llama la atención hacia el hecho de que el Gobierno debería “poner este tema en la agenda, distribuyendo mejor las inversiones de publicidad y formulando políticas con la participación de la sociedad”. El investigador Marcos Dantas (2015) sostiene que también se deben “usar algunos mecanismos de la legislación vigente para fomentar la diversidad en los medios de comunicación” y/o se “podría asumir el liderazgo de la presentación y defensa de un proyecto de ley, de acuerdo con la Constitución brasileña, que fomente la diversidad en los medios de comunicación”.

Para Quintanilha (2015), el Ejecutivo, el Legislativo y el Judicial deben tomar medidas “para prevenir y para obstaculizar la concentración en la radiodifusión en aras de asegurar pluralismo y la diversidad”. El Legislativo “debe discutir con la sociedad un proyecto de ley que regule de forma efectiva los artículos de la Constitución Federal que se ocupan de la Comunicación Social”. Considera que “es un deber del Congreso Nacional crear parámetros claros en la ley para las garantías expresas en este capítulo, eso incluye la

prohibición del monopolio en los medios y la garantía de sustentabilidad de los medios comunitarios y públicos”.

En lo referente al Ejecutivo, Karina Quintanilha (2015) explica que, con bases en la ley actual, “cabe aumentar el monitoreo de prácticas ilegales de emisoras que abusan de las concesiones (arrendando la programación, con transferencias de concesiones, duplicación de la antena, etc.)”. Por otra parte, utilizar el CADE —un organismo de control económico brasileño— “para sancionar prácticas del monopolio y de propiedad cruzada”. En su turno, el Judiciario, “se abstiene de aplicar el Derecho Penal para criminalizar las emisoras, a través del uso del principio de la insignificancia y del derecho internacional cuando se trata de las radios comunitarias”.

Para Murilo César Ramos (2015), “el gobierno de la presidenta Dilma Rousseff empezó, con timidez, una propuesta llamada “regulación económica de los medios de comunicación”. Según este académico “el gobierno podría llamar para sí mismo el proceso de reglamentación, al menos en partes vitales del Capítulo de Comunicación Social de la Constitución Federal”. Pero frente a un escenario con problemas en el Congreso, “nada indica que será hecho de pronto, incluso teniendo en cuenta las condiciones políticas difíciles que afectan el año 2015, sobre todo en relación con el Congreso Nacional”. El investigador concluye que “ni Luiz Inácio Lula da Silva, ni Dilma Rousseff estuvieron cerca, en estos casi 13 años de gobiernos del Partido de los Trabajadores (PT), para cumplir sus promesas de una mayor democracia para los medios”.

Las reglas y la regulación de la legislación sobre las comunicaciones brasileñas se consideran posibles maneras de poner fin a la concentración de los medios de comunicación en Brasil. Para Cláudia Abreu (2015), se necesita sólo que se regule lo que ya se ha

señalado en la Constitución. Orlando Guilhaon (2015) añade: “la simple aplicación más dura de algunas disposiciones legales por parte del Ministerio de las Comunicaciones, tanto en la política de concesión como en la prohibición de propiedad de canales a políticos, podría hacer menguar este poder monopólico de los medios”.

Karina Quintanilla (2015) explica que si la regulación se hace en conformidad con las normas internacionales de libertad de expresión, tendrá “el potencial para distribuir uniformemente el espacio en el espectro electromagnético entre los sectores público, comunitario y privado, diluyendo el poder y la rentabilidad de ciertos grupos políticos y económicos”. Además, llama la atención sobre el hecho de que “un proceso de regulación debe ser creado para poner en práctica un plan para las frecuencias atribuidas a la radiodifusión, con el fin de ser promovidos al máximo, como modo de garantizar la diversidad”. Sin embargo, “el proceso debe ser abierto y con la participación de todos y debe ser supervisado por un organismo que se encuentre protegido contra la interferencia política y comercial”.

Murilo César Ramos (2015) señala que hay tres formas de regulación y de control posibles: la presión de la sociedad y las iniciativas del poder ejecutivo y del legislativo. “La sociedad civil progresista tiene más posibilidades de intervención en el proceso de reglamentación y reguladores de las telecomunicaciones de lo que nunca tuvieron en la radiodifusión”. En el caso de la radiodifusión, “aunque 20 veces menos en peso económico, concentra un peso político mucho mayor que las telecomunicaciones, representando hoy, como lo han hecho desde la disputa por la Ley n. 4117, un desafío político mayor para la sociedad civil brasileña”, destacó Ramos (2015).

Para el representante del Artículo 19, Karina Quintanilha (2015), “la sociedad civil debe empoderarse a partir de considerar las discusiones



presentadas por las normas internacionales y las experiencias de los países vecinos", que exigen "que el Estado cumpla con su deber de garantizar positivamente el derecho a la comunicación a través de la legislación, el fomento de la actividad de comunicación y la supervisión de este sector". Según el investigador Murilo César Ramos (2015), el papel de la sociedad civil es "continuar con la formulación de propuestas, en el mundo académico y más allá, los sindicatos, las más variadas organizaciones populares, y con estas propuestas, siempre presionar los poderes ejecutivo y legislativo". Y añade, "no se puede abandonar este papel, ya que es, y seguirá siendo el corte protagonista en la lucha por la democratización de los medios de comunicación en el país".

## **5. Conclusiones**

Así pues, parece que la sociedad civil busca posicionarse y requiere más acción por parte del gobierno federal, debilitado frente a los desacuerdos ocurridos entre Ejecutivo y Legislativo y la gran presión ejercida por algunos sectores políticos y económicos, incluidos los medios de comunicación.

Debemos transformar el panorama de los medios sobre una base democrática, que comprende como esenciales el combate y superación de la concentración de los medios de comunicación en el país. Desafío en torno al cual la sociedad civil ha jugado un papel clave en Brasil.

## **6. Referencias bibliográficas**

Abreu, C. (2015). *Resposta dos Comunicativistas sobre a Concentração da Mídia no Brasil*. E-mail enviado a investigadora Eula D.T. Cabral, 18 de junho de 2015.

Presidencia de la República de Brasil (2014). *Pesquisa brasileira de mídia 2015: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira*. Brasília: Secom (Secretaria de Comunicação Social). Recuperado de <http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf>.

Cabral, E.D.T. (2015). *Concentração da Mídia no Brasil: Estudo dos Conglomerados de Radiodifusão e Telecomunicações*. Rio de Janeiro: Pesquisa de Pós-Doutorado. Universidade do Estado do Rio de Janeiro.

Cabral Filho, A. V. (2013). *Políticas de Comunicação Comunitária: elementos para um modelo de análise*. Em Memórias del XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Manaus: Intercom.

Cabral Filho, A. V. (2006). *A emergência nos processos comunicacionais: um paradigma entre a política e a expressão popular*. En Memórias del VII Congreso Internacional de Comunicación Lusófona. Santiago de Compostela: LUSOCOM.

Cabral Filho, A. V., Cabral, E.D.T. (2011). *Mídia da sociedade civil, direitos à comunicação e a transição para o digital no Brasil: estabelecendo uma estrutura analítica para uma perspectiva comparada internacional*. En *Revista Brasileira de Políticas da Comunicação*, v. 1, pp. 1-14, 2011. Recuperado de <http://rbpc.lapcom.unb.br/pdf/RBPC-1-1.pdf>.

Dantas, M. (2015). *Concentração da Mídia no Brasil*. E-mail enviado a investigadora Eula D.T. Cabral, 23 de junio de 2015.

Guilhon, O. (2015). *Resposta do FNDC sobre a Concentração da Mídia no Brasil*. E-mail enviado a investigadora Eula D.T. Cabral, 19 de junio de 2015.

*La sociedad civil frente a la concentración de los medios en Brasil: ¿Qué papel? ¿Qué posibilidades?*

Lima, V. A. (2011). *Regulação das Comunicações: História, Poder e Direitos*. São Paulo: Paulus.

Quintanilha, K. (2015). *Resposta do Artigo 19 sobre a Concentração da Mídia no Brasil*. E-mail enviado a investigadoras Eula D.T. Cabral, 19 de junio de 2015.

PNAD 2013. IBGE. Recuperado de [http://ftp.ibge.gov.br/Trabalho e Rendimento/Pesquisa Nacional por Amostra de Domicilios anual/2013/Sintese Indicador es/sintese\\_pnad2013.pdf](http://ftp.ibge.gov.br/Trabalho_e_Rendimento/Pesquisa_Nacional_por_Amostra_de_Domicilios_anual/2013/Sintese_Indicadores/sintese_pnad2013.pdf).

Ramos, M. C. (2015). *Concentração da Mídia no Brasil*. E-mail enviado a investigadora Eula D.T. Cabral, 30 de junio de 2015.