



 POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO

# POLÍTICAS LOCAIS DE COMUNICAÇÃO

Equador e República Dominicana

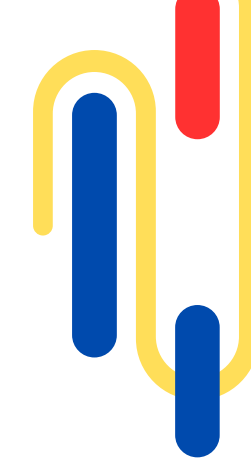
Yasmin Moreira

# INTRODUÇÃO

As políticas de comunicação locais são fundamentais para garantir a diversidade e a democratização dos meios de comunicação, promovendo uma maior participação social e garantindo a liberdade de expressão. No Equador e na República Dominicana, várias iniciativas e debates têm moldado o panorama midiático local, com a implementação de novas políticas públicas, além de estratégias de financiamento e garantias políticas e jurídicas para essas estruturas.



# IDENTIFICAÇÃO DAS PRINCIPAIS POLÍTICAS DE COMUNICAÇÃO



## Lei Orgânica de Comunicação (LOC) de 2013:

- Estabelece um marco regulatório para a comunicação social, visando a democratização dos meios de comunicação.
- Define a distribuição de frequências de rádio e TV: 34% para a mídia comunitária, 33% para a mídia pública e 33% para a mídia privada.
- Cria o Conselho de Regulação e Desenvolvimento da Informação e Comunicação (CORDICOM) para garantir a aplicação da LOC e promover a diversidade e pluralidade na comunicação.



A Lei Orgânica de Comunicação (LOC), sancionada em 2013 pelo presidente Rafael Correa, marcou um período delicado para a liberdade de expressão no Equador. Juntamente com a Superintendência de Informação e Comunicação (Supercom), foram impostas múltiplas multas e sanções, consideradas "desproporcionais", contra jornalistas e veículos de mídia.

Nos quatro primeiros anos de vigência – conforme o relatório da Fundamedios de 2017 – foram instaurados 1.081 processos contra veículos de comunicação e jornalistas. Segundo o estudo de 2017, 675 desses processos resultaram em sanções, que variaram desde a exigência de retificações e réplicas, entrega de cópias de programas, sanções públicas, medidas administrativas, entre outras.

O presidente Guillermo Lasso, eleito em 2021, prometeu revogar totalmente a LOC e propôs a Lei Orgânica de Livre Expressão e Comunicação, uma lei-quadro com 14 artigos. Já a Assembleia Nacional apresentou um projeto complementar, chamado Lei Orgânica para a Garantia, Promoção e Proteção da Liberdade de Imprensa e Comunicação.

Em 23 de agosto daquele ano, a Comissão de Relações Internacionais da Assembleia Nacional aprovou a unificação dos dois projetos para criar uma nova e única lei de comunicação.

Esta nova lei aborda temas como discursos protegidos, obrigações do Estado, autorregulação jornalística, responsabilidade subsequente, proteção de jornalistas e penas civis por difamação, fundamentada em decisões da Corte Interamericana de Direitos Humanos.





# IDENTIFICAÇÃO DAS PRINCIPAIS POLÍTICAS DE COMUNICAÇÃO

## **Lei de Expressão e Fusão do Pensamento (nº 6132):**

- A lei reconhece o direito de expressar o pensamento sem censura prévia, conforme estabelecido na Constituição.
- Exige que todas as publicações indiquem claramente suas tiragens e mantenham tarifas fixas para publicidade.
- Os autores que usam pseudônimos devem revelar sua identidade verdadeira ao diretor da publicação. O diretor é obrigado a revelar a identidade do autor em caso de processos judiciais.



No dia 8 de abril desse ano, o presidente da República Dominicana, Luis Abinader, apresentou um novo projeto de Lei sobre Liberdade de Expressão, Meios Audiovisuais e Plataformas Digitais. Essa proposta tem o objetivo de modernizar a lei da liberdade de expressão, que é baseado na Lei nº 6.132 de Expressão e Difusão do Pensamento de 1962, alinhando com as normas e regulamentações internacionais atuais sobre esse tema.

O projeto incorpora princípios da Convenção Americana sobre Direitos Humanos, como o reconhecimento integral da liberdade de expressão em suas duas dimensões e a proibição da censura prévia. Também garante aos jornalistas o direito à proteção das fontes, introduz a objeção de consciência para profissionais do jornalismo e descriminaliza os crimes de difamação e injúria em casos de interesse público ou envolvendo funcionários públicos.

A proposta inclui a criação do Instituto Nacional de Comunicação (INACOM), um órgão regulador com autonomia funcional e financeira, selecionado pelo Congresso. Este instituto substituirá a atual Comissão Nacional de Entretenimento Público e Radiofonia, com o objetivo de proteger o exercício da liberdade de expressão e fiscalizar a aplicação da lei nos meios de comunicação social.

# MAPEAMENTO DOS MECANISMOS DE COGESTÃO E FINANCIAMENTO

EQUADOR

## Cogestão

O CORDICOM é responsável pela formulação de políticas públicas destinadas a proteger jornalistas e garantir a segurança dos profissionais da comunicação. Em 2019, por exemplo, foram organizados workshops para desenvolver políticas públicas que assegurem a integridade dos trabalhadores da mídia, focando em temas como corrupção, tráfico de pessoas e narcotráfico.

# MAPEAMENTO DOS MECANISMOS DE COGESTÃO E FINANCIAMENTO

EQUADOR

## Financiamento

1. Publicidade
2. Investimentos Privados.
3. Subsídios Governamentais.
4. Apoio Internacional (Andean Development Corporation-CAF).

## Financiamento

No geral, o financiamento dos meios de comunicação locais no Equador é um esforço colaborativo entre o setor privado, o governo e entidades internacionais, garantindo uma diversidade de fontes de receita para sustentar a operação e o crescimento dos meios de comunicação no país.

# OBJETIVOS:



## **Campanha para o Equador**

A campanha para o Equador, visa mobilizar a sociedade equatoriana em torno da defesa e promoção da liberdade de imprensa, essencial para uma democracia saudável e um jornalismo livre.



## **Campanha para a República Dominicana**

A campanha para a República Dominicana, visa esclarecer ao público o que é e qual a importância do INACOM como o novo órgão regulador das comunicações do país, destacando como as novas regulamentações beneficiam a sociedade ao promover uma mídia mais ética e responsável.

# PROJETO DE CAMPANHA

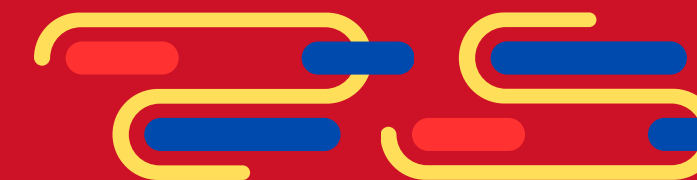
**EQUADOR**

**CLIENTE: CORDICOM**

## Objetivo:

- Promover a conscientização e o apoio à Lei Orgânica de Livre Expressão e Comunicação, garantindo a liberdade de imprensa e a proteção dos jornalistas no Equador.

## PÚBLICO ALVO



**JORNALISTAS E  
PROFISSIONAIS DA  
COMUNICAÇÃO**

**ORGANIZAÇÕES DE  
DIREITOS HUMANOS**

**ESTUDANTES DE  
COMUNICAÇÃO E  
PÚBLICO GERAL**





# PROJETO DE CAMPANHA

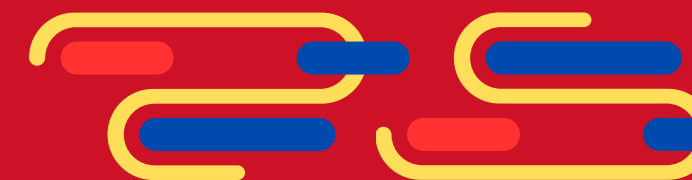
EQUADOR

CLIENTE: CORDICOM

Slogan:

- "Vozes Livres, Sociedade Forte"

## ESTRATÉGIAS



### 1. Educação e Conscientização:

**Workshops e Webinars:** Realizar eventos online e presenciais sobre os direitos à liberdade de expressão e as novas políticas de comunicação, como já foi feito anteriormente.

**Campanhas nas Redes Sociais:** Utilizar hashtags como #VozesLivresEquador para promover a campanha e engajar o público.



# PROJETO DE CAMPANHA

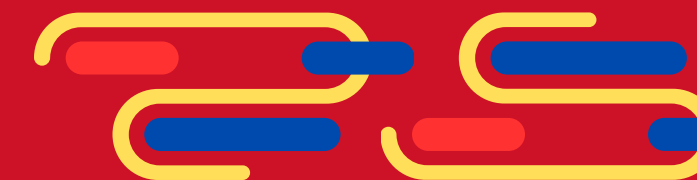
EQUADOR

CLIENTE: CORDICOM

Slogan:

- "Vozes Livres, Sociedade Forte"

## ESTRATÉGIAS



### 2. Conteúdo e Divulgação:

**Vídeos e Documentários:** Produzir conteúdos que destacam casos de jornalistas afetados positivamente pela nova lei.

**Artigos e Publicações:** Publicar artigos em blogs e jornais sobre a importância da lei para a liberdade de imprensa.



# PROJETO DE CAMPANHA

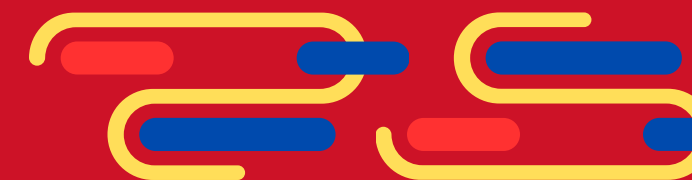
**EQUADOR**

**CLIENTE: CORDICOM**

## **Resultados Esperados:**

Aumento da conscientização sobre a Lei Orgânica de Livre Expressão e Comunicação. Maior apoio público e legislativo para a implementação e fortalecimento da lei. Criação de um ambiente mais seguro e justo para os jornalistas no Equador.

## ESTRATÉGIAS



### **3. Engajamento Comunitário:**

**Fóruns Comunitários:** Organizar debates e discussões em comunidades locais para promover a lei.



# MAPEAMENTO DOS MECANISMOS DE COGESTÃO E FINANCIAMENTO

REPÚBLICA DOMINICANA

## Cogestão

INACOM: A criação do Instituto Nacional de Comunicação, um órgão regulador autônomo escolhido pelo Congresso, visa substituir a atual Comissão Nacional de Entretenimento Público e Radiofonia. Este instituto será responsável por proteger o exercício da liberdade de expressão e supervisionar a aplicação das novas regulamentações nos meios de comunicação social. Terá autonomia funcional e financeira, que seria composto por um conselho de administração e uma direção executiva.

# MAPEAMENTO DOS MECANISMOS DE COGESTÃO E FINANCIAMENTO

REPÚBLICA DOMINICANA

## Financiamento

Fontes públicas: O governo investe em iniciativas e programas que promovem a infraestrutura digital e o acesso às tecnologias de comunicação. Como por exemplo a "República Digital".

## Financiamento

Fontes privadas: Os veículos de mídia locais e os serviços de comunicação geralmente são financiados por meio de receitas de publicidade, investimentos privados e, em alguns casos, financiamentos ou parcerias internacionais. O cenário midiático na República Dominicana inclui desde pequenas estações locais até grandes redes nacionais, cada uma com seu próprio modelo de financiamento baseado no alcance de mercado e no engajamento do público.



# PROJETO DE CAMPANHA

REPÚBLICA DOMINICANA  
CLIENTE: INACOM

## Objetivo:

- Apresentar a função e a importância do INACOM como órgão regulador e destacar as mudanças nas regulamentações dos meios de comunicação social, ressaltando os benefícios dessas alterações para a sociedade.

## PÚBLICO ALVO



JORNALISTAS E  
PROFISSIONAIS DA  
COMUNICAÇÃO

ORGANIZAÇÕES DE  
MÍDIA E SINDICATOS

ESTUDANTES DE  
COMUNICAÇÃO E  
PÚBLICO GERAL

# PROJETO DE CAMPANHA

EQUADOR  
CLIENTE: CORDICOM

## Slogan:

- "Protegendo a Verdade, Promovendo a Qualidade"

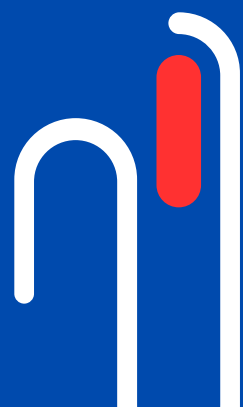
## ESTRATÉGIAS



### 1. Educação e Conscientização:

**Workshops e Webinars:** Oferecer sessões online e presenciais explicando as funções do INACOM e as novas regulamentações.

**Campanhas nas Redes Sociais:** Criar posts informativos nas redes sociais e no site oficial, utilizando hashtags como #ConheçaINACOM e #RegulamentaçãoMídia.



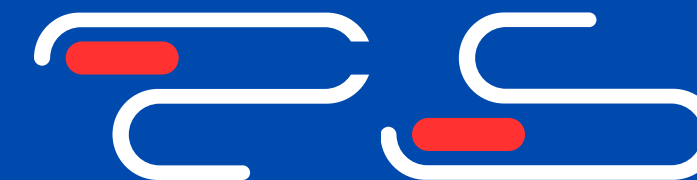
# PROJETO DE CAMPANHA

EQUADOR  
CLIENTE: CORDICOM

## Slogan:

- "Protegendo a Verdade, Promovendo a Qualidade"

## ESTRATÉGIAS



### 2. Parcerias e Colaboração:

**Apoio de Influenciadores e Especialistas:** Colaborar com figuras respeitadas no campo da comunicação para endossar a campanha.

**Parcerias com Universidades e Escolas:** Realizar palestras e workshops em instituições educacionais sobre a importância do INACOM.



# PROJETO DE CAMPANHA

EQUADOR

CLIENTE: CORDICOM

## Resultados Esperados:

- Maior conscientização sobre o papel do INACOM e suas funções regulatórias. Aumento do apoio público às mudanças nas regulamentações dos meios de comunicação. Melhoria na percepção da qualidade e transparência da comunicação social na República Dominicana.

## ESTRATÉGIAS



### 3. Conteúdo Informativo:

**Vídeos Educativos:** Produzir vídeos curtos explicando o que é o INACOM, suas responsabilidades, e os impactos positivos das novas regulamentações.

**Infográficos e Artigos:** Publicar materiais visuais e textos detalhados em blogs, jornais, e revistas sobre o papel do INACOM.



# REFERÊNCIAS

<https://observatoriodelegislavocele.com/pt/organic-law-of-communication/>

<https://rsf.org/pt-br/pais/ecuador>

<https://latamjournalismreview.org/pt-br/articles/>

<https://latamjournalismreview.org/pt-br/news/>

[https://natlex.ilo.org/dyn/natlex2/r/natllex/fe/details?p3\\_isn=83343](https://natlex.ilo.org/dyn/natlex2/r/natllex/fe/details?p3_isn=83343)

<https://www.privacyshield.gov/ps/article?id=Dominican-Republic-Information-and-Communication-Technology>

<https://www.britannica.com/place/Ecuador/Media-and-publishing>

<https://legacy.export.gov/article?id=Ecuador-Project-Financing>

<https://gk.city/2019/09/05/reformas-consejo-regulacion-informacion-comunicacion/>

<https://www.consejodecomunicacion.gob.ec/>

<https://www.elcomercio.com/actualidad/politica/>

<https://gk.city/2019/09/05/>





**OBRIGADA!**