



Políticas de Comunicação no **México** e no **Peru**

Avanços, Desafios e Caminhos para
uma Mídia Plural e Inclusiva

UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE
POLÍTICAS DE COMUNICAÇÃO 2024.1

Bruno Mendes Corrêa Nemer, Elisa Barros da Silva e João Pedro Leal Bosco



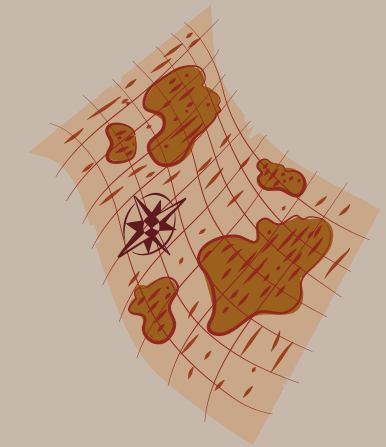
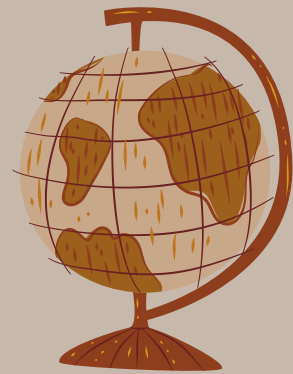


Introdução

Nesse estudo, foi possível analisar e comparar as políticas de comunicação do México e do Peru, além de apresentar uma visão detalhada destas em ambos os países e também avaliar seu impacto na sociedade, identificando os principais avanços e desafios ainda presentes.

As considerações finais abordam a importância da criação de campanhas de comunicação que possam fortalecer a liberdade de imprensa e promover a inclusão midiática.

Histórico México



Revolução Mexicana

- O governo reconheceu o potencial da mídia como ferramenta de propaganda e controle social.
- Secretaria de Educação Pública (1921)

Partido Revolucionário Institucional (PRI)

- Utilizou a mídia como um meio para consolidar seu poder.
- Radiodifusão (1920)

Chegada da Televisão (1950)

- Consolidação de monopólios midiáticos (Televisa).
- PRI + Televisa.
- Eleição de Vicente Fox (2000-2006) + possível reforma midiática = Resistência política e de conglomerados.

Atualmente

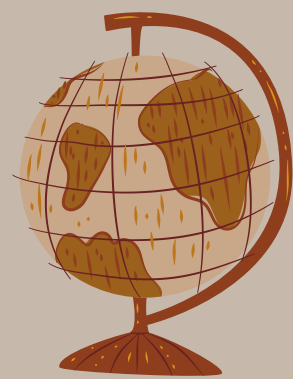
- A internet e as redes sociais tenham ampliado o espaço para o discurso.
- O atual governo de Andrés Manuel López Obrador tem mantido uma relação ambígua com a mídia.

Histórico Peru



Primeiros anos do século XX

- Imprensa livre, mas com alcance limitado.
- Centralização da produção midiática em áreas urbanas.



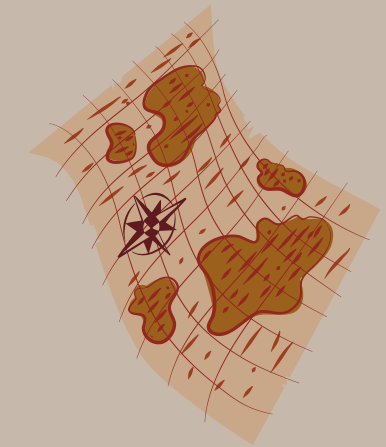
Governos militares

- Regime militar de Velasco Alvarado, o Estado interveio diretamente na mídia.
- Expropriação de meios de comunicação privados para transformá-los em veículos estatais.



Redemocratização nos anos 1980

- Processo de liberalização, onde o setor privado ganhou protagonismo, mas ainda sob uma forte influência do Estado.
- Governo Fujimori: a relação entre governo e mídia voltou a ser tensa.



Atualmente

- Ley de Radio y Televisión de 2004.
- Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC).
- Instituto Nacional de Radio y Televisión del Perú (IRTP).
- “Lei da Mordaça”.

Análise Comparativa

01

Ambos os países compartilham uma história de forte controle estatal sobre a mídia durante períodos autoritários e uma transição complexa para uma mídia mais livre em contextos democráticos.

02

- O México tem um histórico de concentração midiática em torno de conglomerados como a Televisa.
- O Peru, apesar de esforços legislativos para promover a diversidade, ainda enfrenta problemas significativos com a concentração de mídia e a falta de inclusão de vozes rurais e indígenas.

03

A liberdade de imprensa é um desafio constante nos dois países, com jornalistas enfrentando riscos e pressões políticas.

Campanha Comunicacional

A pesquisa para as campanhas no México e no Peru começou com uma análise do contexto midiático e político, utilizando dados secundários e entrevistas com especialistas locais. Foram abordados aspectos como a censura, violência contra jornalistas e a concentração midiática.

A metodologia combinou métodos qualitativos e quantitativos, com foco na proteção dos jornalistas e na promoção da diversidade. Para enfrentar barreiras linguísticas e culturais, foram estabelecidos tradutores e consultores locais, e foram seguidas medidas rigorosas para garantir a segurança dos participantes. A pesquisa resultou em recomendações estratégicas específicas para cada país, desenvolvendo um cronograma detalhado e um plano de ação para a implementação da campanha.



CAMPANHA DE COMUNICAÇÃO PARA O MÉXICO

CLIENTE: UNESCO

OBJETIVOS:

- Fortalecer a Proteção dos Jornalistas: Desenvolver mecanismos de proteção para jornalistas, especialmente aqueles que trabalham em áreas de risco, promovendo a segurança e a liberdade de expressão.
- Promover a Diversidade Midiática: Incentivar a produção e a difusão de conteúdos que reflitam a diversidade cultural e regional do México, com ênfase em comunidades indígenas e rurais.
- Sensibilizar a População: Aumentar a conscientização da sociedade sobre a importância da liberdade de imprensa e a necessidade de uma mídia independente para a democracia.

JUSTIFICATIVA:

A campanha promoverá uma sociedade mais informada e consciente ao destacar a importância da diversidade de vozes na mídia e a proteção dos profissionais que arriscam suas vidas para informar o público, proporcionando-lhes apoio e recursos. Contribuindo para uma cobertura mais justa das realidades mexicanas e reforçando o entendimento do papel essencial de uma mídia livre na manutenção da democracia.

Estratégias e Ações

01

Criação de Redes de Apoio a Jornalistas:

Estabelecer redes de apoio e proteção para jornalistas em áreas de risco, com treinamento em segurança digital e física, além de assistência jurídica.

02

Campanhas de Conscientização nas Escolas:

Lançar programas educacionais em escolas e universidades sobre a importância da liberdade de imprensa e do jornalismo ético.

03

Promoção de Produção Local:

Apoiar a produção de conteúdo midiático por grupos locais e comunitários, garantindo que suas vozes sejam representadas na mídia nacional.

04

Monitoramento e Avaliação:

Implementar mecanismos de monitoramento para avaliar o impacto das ações e ajustar as estratégias conforme necessário, garantindo que a campanha atinja seus objetivos de maneira eficaz.

05

Fóruns e Debates Públicos:

Organizar debates e fóruns públicos com jornalistas, representantes do governo, e membros da sociedade civil para discutir os desafios da liberdade de imprensa e buscar soluções colaborativas.

CAMPANHA DE COMUNICAÇÃO PARA O PERU

CLIENTE: UNESCO

OBJETIVOS:

- Promover a Inclusão Midiática: Incentivar a representação das diversas culturas e grupos étnicos do Peru na mídia, com destaque para as comunidades indígenas e rurais.
- Fortalecer a Liberdade de Expressão: Combater as ameaças à liberdade de imprensa, como a concentração midiática e as leis repressivas, e promover a transparência e a ética na comunicação.
- Engajar as Comunidades Locais: Estimular a participação ativa das comunidades locais na produção e na disseminação de conteúdos midiáticos, garantindo que suas vozes sejam ouvidas e respeitadas.

JUSTIFICATIVA:

A campanha visa empoderar comunidades marginalizadas, garantindo que suas histórias e perspectivas sejam representadas na mídia, o que é essencial para uma sociedade mais justa e inclusiva. Profissionais da mídia terão mais oportunidades de trabalhar em um ambiente que valoriza a diversidade e a liberdade de expressão, contribuindo para um jornalismo mais equilibrado e representativo. Além disso, a iniciativa ajudará a população a entender a importância de uma mídia inclusiva que reflita a riqueza cultural do Peru e a necessidade de proteger a liberdade de expressão como um direito fundamental.

Estratégias e Ações

01

Programas de Formação para Comunicadores Comunitários:

Oferecer programas de formação para comunicadores de comunidades indígenas e rurais, capacitando-os para criar conteúdos que representem suas realidades.

02

Campanhas de Conscientização Cultural:

Desenvolver campanhas que promovam a importância da diversidade cultural na mídia, destacando a contribuição das diferentes culturas do Peru para a identidade nacional.

03

Parcerias com Mídia Local:

Estabelecer parcerias com emissoras de rádio e televisão locais para criar e veicular conteúdos que reflitam a diversidade cultural do país.

04

Apoio à Produção Independente:

Incentivar e financiar a produção independente de documentários, programas de rádio e televisão que abordem temas relevantes para as comunidades marginalizadas.

05

Monitoramento e Avaliação:

Criar um sistema de monitoramento para acompanhar a eficácia das ações da campanha, garantindo que as vozes das comunidades sejam realmente incluídas e respeitadas na mídia peruana.

A Biblioteca Silenciosa Ativação Pop Up

Biblioteca artística em lugares de grande circulação, com livros em branco, simbolizando o vazio da censura e a falta de acesso à informação.

Distribuição de marcadores de página e panfletos para conscientização sobre o direito à comunicação.



SEU DIREITO À COMUNICAÇÃO
GARANTE QUE SUA VIDA NÃO VIRE
UMA **PÁGINA EM BRANCO**

80%

DA POPULAÇÃO MUNDIAL
TEM **MENOS LIBERDADE
DE EXPRESSÃO**
DO QUE EM 2000

Saiba mais como ter acesso
a informação de qualidade
em www.unesco.org



Considerações Finais

A avaliação das políticas de comunicação do México e do Peru revela tanto avanços quanto desafios persistentes.

O desdobramento dessas políticas sugere a necessidade de reformas profundas e sustentáveis. No México, é crucial fortalecer a proteção dos jornalistas e promover uma mídia mais diversificada, enquanto no Peru, a inclusão cultural e a diversidade devem ser priorizadas, ambos através do apoio cultural e da criação de campanhas que engajem a sociedade civil e as instituições.





Obrigado!

¡Gracias!

