

Prefácio , por Murilo César Ramos; Elen Geraldles	11
Introdução	15
<i>Políticas públicas de comunicações: conceito e missões</i>	17
<i>Esfera pública e a sociedade civil</i>	20
<i>O papel do Estado</i>	21
<i>Modelo institucional e normatividade</i>	23
<i>Procedimentos metodológicos</i>	27
<i>Referências bibliográficas</i>	31
1. Brasil: algumas conquistas, grandes desafios , por Carla Gomide; Lara Haje	32
1. Ambiente legal	33
1.1. Tratamento constitucional dado às comunicações	33
1.2. Ambiente político-institucional	34
1.3. Principais leis de comunicações	36
1.4. Instituições de governo que agem sobre o setor	38
1.5. Principais definições legais	40
1.6. Reformas recentes	40
1.7. Regulação de práticas anticompetitivas	41
2. Serviços de radiodifusão	43
2.1. Modos de organização e tipos de serviços	43
2.2. Tipos de licença e procedimentos de licenciamento	44
2.3. Organização da radiodifusão comercial	46
2.4. Organização da radiodifusão estatal	46
2.5. Organização da radiodifusão pública	47
2.6. Organização da radiodifusão comunitária	48
2.7. Operadores do setor	49
2.8. Restrição à propriedade ou controle dos serviços de radiodifusão	50
2.9. Regulação de conteúdo, fomento e controle social do conteúdo	51
2.10. Regulação da propaganda	53
2.11. Regulação da TV Digital	54
3. Serviços de telecomunicações	55
3.1. Modos de organização	55
3.2. Tipos de serviços	56

3.3. Tipos de licenças	58
3.4. Regras sobre a propriedade das empresas	58
3.5. Mudanças recentes na legislação de telecomunicações	59
3.6. Operadores do setor	59
4.1. Grupos empresariais dominantes:.....	61
4.2. Entidades representativas dos agentes do mercado:	64
4.3. Entidades da Sociedade Civil Não Empresarial.....	65
5. Usuários	68
5.1. Número de telespectadores e ouvintes	68
5.2. Número de assinantes de TV paga, telefonia fixa e móvel e número de usuários de internet	68
Conclusão	69
Referências bibliográficas.....	71

2. Políticas de comunicações na Espanha: União Europeia, crise e atualização normativa,

por Fernando Oliveira Paulino.....	73
1. Ambiente legal	73
1.1 Tratamento constitucional dado às comunicações.....	74
1.2. Ambiente político-institucional.....	74
1.3. Principais leis de comunicações	75
1.4 Instituições governamentais que agem sobre o setor	77
1.5 Principais definições legais.....	78
1.6. Reformas recentes.....	80
1.7. Regulações práticas anticompetitivas.....	82
2. Serviços de radiodifusão	83
2.1. Modos de organização e tipos de serviço.....	83
2.2. Tipos de licença e procedimentos de licenciamento	85
2.3. Organização da radiodifusão comercial.....	85
2.4. Organização da radiodifusão estatal	86
2.5. Organização da radiodifusão comunitária.....	87
2.6. Operadores do setor	88
2.7. Restrição à propriedade ou controle dos serviços de radiodifusão	89
2.8. Regulações, fomento e controle social do conteúdo	90
2.9. Regulação da propaganda.....	92
2.10. Regulação da TV digital.....	9
3. Serviços de telecomunicações	93
3.1. Modos de organização, tipos de serviço, tipos de licença e regras sobre a propriedade das empresas	94
4. Atores do setor: Grupos empresariais dominantes.....	94
4.2. Entidades representativas dos agentes do mercado	99
4.3. Entidades da sociedade civil não empresarial	100
5. Usuários	100
5.1. Número de telespectadores e de ouvintes.....	100
5.2. Número de assinantes de TV paga, telefonia fixa e móvel.....	101

5.3. Número de usuários de internet.....	101
Conclusão	102
Referências bibliográficas.....	103
3. Estados Unidos —A referência do modelo de mídia brasileiro,	
<i>por Jonas Valente</i>	105
1. Ambiente legal	106
1.1. Tratamento constitucional dado às comunicações.....	106
1.2. Ambiente político-institucional.....	107
1.3. Principais leis de comunicações	108
1.4. Instituições de governo que agem sobre o setor	110
1.6. Reformas legais recentes	112
1.7. Regulação de práticas anticompetitivas	114
2. Serviços de Radiodifusão	114
2.1. Modos de organização e tipos de serviço.....	114
2.2. Tipos de licença e procedimentos de licenciamento	116
2.3. Organização da radiodifusão comercial	118
2.4. Organização da radiodifusão estatal/pública/comunitária	118
2.7. Operadores do setor.....	119
2.8. Restrições à propriedade ou controle dos serviços de radiodifusão.....	120
2.9. Regulação de conteúdo, fomento e controle social do conteúdo	122
2.10. Regulação da propaganda.....	124
2.11. Regulação da TV Digital.....	125
3. Serviços de telecomunicações.....	125
3.1. Modos de organização.....	125
3.2. Tipos de serviços.....	127
3.3. Tipos de licença	133
3.4. Regras sobre a propriedade das empresas	133
3.7. Operadores do setor.....	134
4. Atores do setor	136
4.1. Grupos empresariais dominantes	136
4.2. Entidades representativas de agentes de mercado	139
4.3. Entidades da sociedade civil não empresarial	140
5. Usuários	141
5.1. Número de telespectadores e de ouvintes.....	141
5.2. Número de assinantes de TV paga, telefonia fixa e móvel.....	141
5.3. Número de usuários de internet	141
Conclusão	142
Referências Bibliográficas	143
4. México no plural: política, mercado e comunicações,	
<i>por Sayonara Leal</i>	144
1. Ambiente legal	144
1.1. Tratamento constitucional dado às comunicações.....	145
1.2. Ambiente político-institucional.....	145

1.3. Principais leis de comunicações	148
1.4. Instituições de governo que agem sobre o setor	149
1.5. Principais definições legais	150
1.6. Reformas legais recentes	150
1.7. Regulação de práticas anticompetitivas	153
2. Serviços de radiodifusão	154
2.1. Modos de organização e tipos de serviço	154
2.2. Tipos de licença e procedimentos de licenciamento	155
2.3. Organização da radiodifusão comercial.....	158
2.4. Organização da radiodifusão pública.....	160
2.5. Organização da radiodifusão pública	160
2.6. Organização da radiodifusão comunitária.....	163
2.7. Operadores do setor.....	164
2.8. Restrição à propriedade ou controle dos serviços de radiodifusão ...	166
2.9. Regulação, fomento e controle social do conteúdo	167
2.10. Regulação da propaganda.....	169
2.11. Regulação da TV digital	169
3. Serviços de telecomunicações: modos de organização	170
3.2 Tipos de serviços	171
3.3. Tipos de licenças	172
3.5. Regras sobre a propriedade das empresas	173
3.6. Mudanças recentes na legislação de telecomunicações	173
3.7. Operadores do setor.....	174
4. Atores do setor	174
4.2. Entidades representativas dos agentes do mercado	176
4.3. Entidades da sociedade civil não empresarial	177
5. Usuários	178
5.1. Número de telespectadores e ouvintes	178
5.2. Número de assinantes de TV paga, telefonia fixa e móvel	179
5.3. Número de usuários de internet	180
Conclusão	182
Referências bibliográficas.....	183
5. Venezuela: entre polêmicas, desafios e avanços, <i>por Rodrigo Braz; Lara Haje.....</i>	186
1. Ambiente legal	187
1.1. Tratamento constitucional dado às comunicações	187
1.2. Ambiente político-institucional.....	188
1.3. Principais leis de comunicações	189
1.4. Instituições de governo que agem sobre o setor	189
1.5. Principais definições legais	191
1.6. Reformas legais recentes	192
1.7. Regulação de práticas anti-competitivas.....	193
2. Serviços de Radiodifusão	194
2.1. Modos de organização e tipos de serviço	200

2.2. Tipos de licença e procedimentos de licenciamento	202
2.3. Organização da radiodifusão comercial.....	202
2.4. Organização da radiodifusão estatal	203
2.5. Organização da radiodifusão pública	205
2.6. Organização da radiodifusão comunitária.....	205
2.7. Operadores do setor.....	206
2.8. Restrição à propriedade ou controle dos serviços de radiodifusão	207
2.9. Regulação de conteúdo, fomento e controle social do conteúdo	207
2.10. Regulação da propaganda.....	211
2.11. Regulação da TV digital.....	211
3. Serviços de Telecomunicações	212
3.1. Modos de organização.....	212
3.2. Tipos de serviços.....	213
3.3. Tipos de licenças	214
3.4. Regras sobre a propriedade das empresas	215
3.5. Mudanças recentes na legislação de telecomunicações	215
3.6. Operadores do setor	217
4. Atores do setor	217
4.1. Grupos empresariais dominantes.....	217
4.2. Entidades representativas dos agentes do mercado	220
4.3. Entidades da sociedade civil não-empresarial.....	221
5. Usuários	221
5.1. Número de telespectadores e de ouvintes.....	221
5.2. Número de assinantes de TV paga, telefonia fixa e móvel.....	221
5.3. Número de usuários de internet	221
Conclusão	222
Bibliografia.....	224
6. Conclusões	227
1 Ambiente político-institucional.....	227
2 Ambiente legal	228
3. Serviços de radiodifusão	231
4. Regulação de conteúdo e controle público.....	238
5. Serviços de telecomunicações.....	243
5. Atores do setor	248
6. Usuários	250
Sobre os autores	253