

DENNISON DE OLIVEIRA

ESTADO E MERCADO NA RADIODIFUSÃO

Dissertação de mestrado  
apresentada ao  
Departamento de Ciências  
Sociais do Instituto de  
Filosofia e Ciências  
Humanas da Universidade  
Estadual de Campinas.

BT00000530

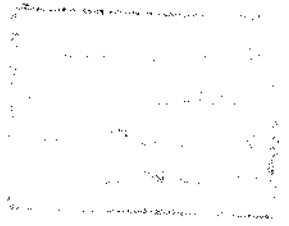
Este exemplar corresponde  
à redação final da  
dissertação defendida e  
aprovada pela Comissão  
Julgadora em / /

Orientador



1990

BT00000530



Dedico este trabalho à  
Maria Cristina, com  
amor.

## AGRADECIMENTOS

Antes de começar, gostaria de agradecer a todas as pessoas e instituições que, de uma maneira ou de outra, contribuíram para tornar possível este trabalho. Especificamente a CAPES (Campanha de Aperfeiçoamento do Pessoal do Ensino Superior) - por dois anos - e a FAPESP (Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo) - durante um ano - concederam-me as bolsas de estudo que tornaram possível a dedicação exclusiva a este projeto de pesquisa.

Muito especialmente, quero manifestar a minha gratidão ao orientador desta dissertação, o Prof. Dr. Sebastião Carlos Velasco e Cruz. Seu constante acompanhamento e dedicada orientação propiciaram numerosas críticas e sugestões, sempre valiosas e pertinentes, não sendo exagero a atribuição ao Prof. Sebastião da co-autoria deste texto. O Prof. Dr. Caio Navarro de Toledo, com sua leitura rigorosa, forneceu grandes e importantes contribuições para o primeiro capítulo deste trabalho. O eng<sup>o</sup>. Clóvis Teixeira Neto trouxe preciosas indicações que muito contribuíram para que conseguisse me desvencilhar das questões relacionadas a física e a engenharia, que são os assuntos tratados no segundo capítulo. O jurista Gaspar Vianna fez o mesmo com relação aos

problemas levantados pela necessidade do entendimento das práticas do direito de telecomunicações, bem como deu maiores informações e forneceu raras obras bibliográficas e indicações de fontes primárias. Também sou grato ao Prof. Dr. Renato Ortiz que cedeu preciosas obras sobre o tema da história da radiodifusão, além de numerosos comentários e sugestões. Cabe salientar que nenhuma destas pessoas é responsável pelas omissões e falhas que este trabalho possa conter.

No decorrer da pesquisa sobre o modelo radiotelevisivo brasileiro pude contar com numerosas contribuições individuais. Dentre estas, gostaria de destacar a prestada pela Dr<sup>a</sup>. Tereza Fialcoski Dequeche, diretora da representação do DENTEL (Departamento Nacional de Telecomunicações) em Curitiba/PR, que franqueou o acesso aos arquivos sob guarda daquela instituição. Também lhe sou muito grato pelas suas sugestões e esclarecimentos. O Dr. Juarez da Costa César, chefe da divisão de fiscalização da Diretoria Regional do DENTEL em Curitiba também procedeu da mesma forma, pelo que lhe sou grato. O eng<sup>o</sup>. Marcos José Elias, atual gerente geral de estação da RENAR (Rede Nacional de Radiomonitoragem) forneceu-me os elementos necessários para o correto entendimento da estrutura e das

diversas dimensões dos serviços executados pela entidade a qual ele pertence. Também o Serviço de Relações Públicas da 5ª Região Militar/DI, prestou valiosa ajuda, ao levantar as informações necessárias a compreensão do lugar ocupado pelos militares envolvidos na administração das telecomunicações.

O pessoal técnico e administrativo da RADIPAR (Paraná Radiodifusão S. A.) com sua paciência e boa vontade, teve grande importância no processo de reconstituição da história daquela instituição. Por desejo deles, deixo de citar aqui os seus nomes. Não obstante, lhes sou imensamente grato.

Os encarregados da produção e distribuição dos periódicos mantidos pelas entidades representativas do empresariado da radiodifusão tiveram a gentileza de enviar-me e/ou permitir-me o acesso as suas coleções de jornais e revistas, pelo que lhes sou muito agradecido.

Por fim, agradeço a meus pais, Telmo e Dircinha, ao meu irmão Robinson, bem como a minha esposa Maria Cristina pelo apoio, carinho e atenção constantes que, afinal, deram-me as necessárias forças para concluir com sucesso este trabalho.

## SUMARIO

Introdução .....	01
Notas .....	13

### PRIMEIRA PARTE - QUESTOES TEORICAS

1. Estado e mercado radiotelevisivo na literatura brasileira .....	15
1.1. Introdução .....	15
1.2. A produção do período 1977/1984 .....	19
1.3. A produção do período 1984/1987 .....	29
1.4. Os trabalhos do final da década de 1980 .....	37
1.5. Conclusão .....	41
Notas .....	49
2. As especificidades da radiodifusão .....	53
2.1. Introdução .....	53
2.2. Considerações sobre o eletromagnetismo .....	55
2.3. O direito de comunicações .....	68
2.4. A engenharia de telecomunicações .....	77
2.5. Conclusão .....	82
Notas .....	84
3. A regulamentação da atividade radiotelevisiva: um marco histórico comparativo .....	85
3.1. Introdução .....	85
3.2. A organização dos serviços de rádio .....	86
3.3. A organização dos serviços televisivos .....	117
3.4. Conclusão .....	141
Notas .....	142

### SEGUNDA PARTE - ESTADO E MERCADO NA RADIODIFUSAO: ALGUNS ASPECTOS

4. O modelo radiotelevisivo brasileiro .....	146
4.1. Introdução .....	146
4.2. A constituição dos serviços de rádio e televisão no Brasil .....	148
4.3. O papel dos militares .....	161
4.4. A administração das comunicações .....	170
Notas .....	185
5. "Trazer a Televisão": Estado e interiorização do sinal televisivo (Paraná 1975/1988) .....	188
5.1. Introdução .....	188
5.2. A televisão brasileira de 1950 a 1967 .....	192
5.3. A intervenção do Estado .....	205
5.4. Estado e interiorização do sinal televisivo no Paraná .....	214
5.5. Conclusão .....	261
Notas .....	265

6. O Empresariado da Radiodifusão frente ao Estado .....	267
6.1. Introdução .....	267
6.2. As entidades estudadas .....	275
6.3. Posturas comuns às entidades representativas dos empresários de rádio e televisão frente à intervenção estatal .....	278
6.3.1. A luta pela concessão de subsídios .....	279
6.3.2. O combate à transmissão obrigatória e gratuita de programas e publicidade .....	285
6.3.3. A fragmentação do mercado radiotelevisivo: o problema da "proliferação desmedida" e das "pessoas estranhas ao meio" .....	292
6.3.4. O problema das concessões de canais de rádio e TV .....	311
6.4. Posicionamentos e reivindicações de determinados setores do empresariado da radiodifusão .....	326
6.4.1. A luta pelo fim dos limites à irradiação de comerciais da AERP .....	327
6.4.2. A luta pela destinação de uma fatia maior do espectro de frequências para a interiorização da televisão .....	330
6.4.3. A discussão em torno do preço do aluguel dos canais de satélite para TV .....	332
6.4.4. As pressões do rádio pelo acesso ao satélite .....	335
6.4.5. A campanha do rádio pela destinação de mais verbas publicitárias públicas .....	336
6.5. As características específicas dos diferentes setores que compõem o empresariado da radiodifusão .....	341
6.5.1. As diferenças entre as entidades .....	342
6.5.2. As características mercadológicas específicas do rádio e da TV .....	348
6.6. Conclusão .....	358
Notas .....	360

## CONCLUSÃO

7. Considerações finais .....	364
7.1. Introdução .....	364
7.2. Como interpretar o modelo brasileiro de exploração dos serviços de rádio e televisão? .....	365
7.3 O futuro da radiodifusão privada .....	371
7.4. Perspectivas de estudos .....	385
Notas .....	388
8. Epílogo - A utopia realizada: o modelo de radiodifusão efetivamente democrático .....	389
Notas .....	395

9. Bibliografia .....	396
10. Fontes primárias .....	403
10.1. Coleções de jornais .....	403
10.2. Coleções de periódicos das entidades representativas do empresariado da radiodifusão .....	403
10.3. Coleções de documentos das agências estatais .....	404
10.3.1. RENAR .....	404
10.3.2. DENTEL .....	404
10.3.3. RADIPAR .....	404
10.3.4. AMSOP e prefeituras .....	404
10.3.5. Ministério das Comunicações .....	404
10.4. Entrevistas .....	405
10.4.1. RADIPAR .....	405
10.4.2. DENTEL .....	405
10.4.3. RENAR .....	405
10.5. Coleção de revistas .....	405
10.6. Outros documentos .....	406



INTRODUÇÃO - Algumas Cenas Brasileiras

Primeira Cena:

Em 1981, em mensagem enviada aos proprietários de estações de radiodifusão, o Secretário de Justiça do Estado do Paraná afirmava que "... o radiodifusor é credor do reconhecimento e do apreço do governo que na relação de direitos e deveres o protege, disciplinando o espectro explorado e com isto assegurando a exclusividade de cada frequência concedida. Não fosse esta proteção e a radiodifusão não existiria nos moldes que hoje existe, pois cada um, sentindo-se no direito de explorar os melhores canais, promoveriam verdadeira Torre de Babel de frequências superpostas entre si. Portanto, o Estado antes de intervir, protege e dá vida ao atual sistema..."

### Segunda cena:

Em 1985 a "Folha de São Paulo" noticiava um verdadeiro festival de concessões de canais de rádio e televisão por parte do governo João Figueiredo, então em seus últimos dias: "... foram outorgadas 295 rádios AM, 299 FM e 40 emissoras de televisão. O que corresponde, respectivamente, a 23,5%, a 56,3% e a 27,3% do total de emissoras existentes no país." 2

### Terceira Cena:

Em 1988, comentando os esforços desenvolvidos pelo Palácio do Planalto, visando obter junto aos constituintes a aprovação de um mandato presidencial de cinco anos, o "Jornal da Tarde" comentava que "... as concessões de 46 canais de rádio e televisão efetuadas nos últimos dias beneficiam, principalmente, as cidades de estados onde o Presidente foi vitorioso ou, onde os governadores assumiram posições francamente favoráveis à José Sarney." 3

Penúltima Cena:

Em 1989, um mes antes do inicio do Horário Eleitoral Gratuito na TV, foi divulgada uma pesquisa dando conta de que "... de cada 10, sete eleitores acompanham a eleição pela TV..." e que "... entre os eleitores que acompanham a sucessão pela TV, 46% dizem que vão votar nele (Collor de Mello), contra 13% que preferem Leonel Brizola."

4

Última Cena:

Em meados de 1990 uma pesquisa da Escola de Comunicações e Artes da USP constatava que "... uma criança de cinco anos que fique na frente do aparelho (de TV) duas horas por dia, ao fim de um ano terá sido exposta a 1.168 piadas sobre sexo, 7.446 cenas de nudez e a mais de 12.600 estampidos de tiros". Assim se manifestou a revista "Veja" sobre estes números: "... no que diz respeito ao Estado, há uma espécie de terra de ninguém desde que a nova Constituição entrou em vigor, há dois anos, acabando com a censura... Como o Congresso ainda não criou a lei federal que dê meios para as pessoas se defenderem da televisão, há um buraco negro jurídico." 5

A relação entre o Estado e o mercado da radiodifusão no Brasil foi objeto de intensos debates no decorrer dos últimos anos. Dois episódios contribuíram para que a questão fosse alçada ao primeiro plano: a Campanha pelas "Diretas-Já" e a Assembléia Nacional Constituinte.

Durante todo o Regime Militar estudiosos das mais diversas correntes apontaram os meios de comunicação de massa eletrônicos, particularmente a televisão, como um dos principais instrumentos utilizados pelos diversos generais-presidente para fins de consolidação e legitimação dos seus governos, além de elemento central para a reprodução do modo capitalista de produção. Vários fatos autorizavam tais interpretações. O primeiro era a existência de uma série de mecanismos coercitivos (AI-5, Lei de Segurança Nacional, censura, etc.) que impediram durante largo tempo que os meios de comunicação veiculassem conteúdos que a Ditadura Militar entendia serem "subversivos", "impróprios", "amorais", etc. O segundo era o apoio irrestrito que a maior rede privada de televisão dava, principalmente através de seus telejornais, ao poder estabelecido. Finalmente, os meios de

comunicação de massa destinavam-se exclusivamente à finalidades comerciais, estando completamente à margem de qualquer esforço de aperfeiçoamento intelectual da população brasileira.

A Campanha pelas "Diretas-Já", atropelando o processo de abertura política controlada que a Ditadura procurava implantar, vai colocar a relação entre Estado e meios de comunicação de massa em primeiro plano. Talvez, pela primeira vez na história, se tornaram visíveis para a maioria da população o alcance e as finalidades dos instrumentos coercitivos da ditadura, particularmente da censura, enquanto meio de negar à população o direito à informação. A própria Rede Globo, que sempre fora vista como sócia leal do regime, juntar-se a este esforço de censura, protelando até o último momento a cobertura da citada campanha. O evidente descompasso entre a vontade popular, manifestada inequivocamente em grandes comícios nas praças públicas de todo o país, e o alheamento dos meios de comunicação, chamou a atenção de todos para a variedade de instrumentos de que dispunha o Estado para exercer sua influência sobre o rádio e a televisão.

Com o início do Governo Tancredo Neves - governo esse comprometido com o propósito de reconstitucionalização do país -, as discussões acerca do controle do Estado sobre a atividade radiotelevisiva aumentaram de intensidade e se aprofundaram. Por um lado, o abrandamento da censura permitia e estimulava a colocação de toda sorte de idéias e opiniões sobre o tema; e, por outro, a proximidade da instalação de uma Assembléia Nacional Constituinte abria a possibilidade de grandes mudanças nos padrões de relacionamento entre o Estado e os meios de comunicação de massa, e mesmo nas próprias finalidades destes meios.

O período durante o qual funcionou a Assembléia Nacional Constituinte propiciou a emergência, e em alguns casos a apresentação, de toda uma série de idéias, projetos e opiniões sobre qual deveria ser o papel do Estado na regulamentação da atividade radiotelevisiva. No que diz respeito às propostas oriundas de setores "progressistas" ou de esquerda, o que se buscava era, principalmente, a instituição de um modelo radiotelevisivo identificado com os propósitos de democratização do acesso à informação, bem como do desenvolvimento cultural da sociedade. Se as

mudanças implementadas pela Constituinte não lograram contribuir decisivamente para a garantia do direito à informação, pelo menos não se pode negar que foram introduzidas importantes novidades.

Este trabalho sobre Estado e mercado na radiodifusão busca interpretar a relação entre a atividade das estações de rádio e TV e, as agências regulatórias estatais no Brasil contemporâneo. O que se procura é avançar no entendimento da relação entre Estado e mercado na radiodifusão. Mas afinal de contas, poderia-se perguntar, qual a razão de ser desta discussão? Por que é que o Estado intervém na exploração radiotelevisiva privada? Por que as empresas capitalistas não operam as estações de rádio e TV como qualquer outro negócio? O que é que faz do rádio e da televisão um ramo da atividade econômica tão específico a ponto de sempre, necessariamente, requerer algum tipo de regulamentação?

Para responder a estas questões talvez seja útil retomarmos as reflexões de um autor que, como Neil P. Hurley,<sup>6</sup> discute a introdução de estações de televisão em um país do Terceiro Mundo. Para ele, a chegada de uma inovação como

os meios de comunicação de massa eletrônicos numa determinada sociedade, guarda toda uma especificidade com relação aos outros ramos da atividade econômica. Diferentemente dos demais setores produtivos, a instalação de estações de rádio e televisão coloca imediatamente o problema da guarda destes meios. A questão crucial que se impõe é: quem decide o que será mostrado às audiências de massa? Estreitamente ligados a esta questão estão outros dois tipos de problemas. O primeiro diz respeito à organização do espectro de frequências hertzianas. A necessidade de se disciplinar esta exploração, tornando-a racional, colocou-se em todos os países do mundo, cedo ou tarde: como impedir que uma estação de rádio ou televisão interfira com as suas vizinhas e com os outros meios de comunicação? O segundo problema refere-se à sustentação financeira das estações: a quem compete arcar com os custos da manutenção das emissoras? Estes três níveis de problemas (definição dos conteúdos transmitidos, disciplinarização do uso das frequências, sustentação financeira das estações de radiodifusão) se colocaram nos EUA, na Europa e no Brasil, e praticamente no mesmo período.



O texto desta dissertação se divide em duas partes, uma predominantemente teórica, com os três primeiros capítulos, e outra propriamente empírica, com os três restantes. O primeiro capítulo discute os principais trabalhos existentes sobre o tema da relação entre Estado e atividade radiotelevisiva. O segundo discorre sobre os fatores de ordem técnica que fazem da radiodifusão um ramo de atividade específico frente aos demais. Tal exposição é imprescindível para que o leitor possa compreender a necessidade natural que o setor tem de algum tipo de regulamentação, bem como as discussões, propostas e campanhas levadas a cabo em tempos recentes e que visavam a redefinição dos termos daquela regulamentação. O capítulo três expõe um marco histórico comparativo entre as diversas possibilidades de exploração e disciplinarização da atividade radiotelevisiva. O que se procura mostrar é que, se a regulamentação estatal é inerente àquela atividade, a intensidade e sentido da atuação dos órgãos públicos não tem nada de "natural", e irá depender, sempre, da conjuntura política e da correlação de forças sociais em cada momento histórico específico.

A segunda parte apresenta os resultados obtidos durante a minha pesquisa sobre a intervenção do Estado no mercado da radiodifusão. Jamais poderia dar conta de todos os aspectos desta intervenção. Priorizei, então, o preenchimento das "lacunas", por assim dizer, da literatura comentada, por entender que estas impediam, ou melhor, impedem, não só uma adequada compreensão do fenômeno, mas continuam a contribuir decisivamente para que as possibilidades de superação do atual modelo radiotelevisivo brasileiro permaneçam submersas. O quarto capítulo traz a reconstituição histórica da formação do atual modelo radiotelevisivo brasileiro, com destaque para a influência que tiveram os militares no processo, além de uma descrição dos mecanismos de gerenciamento das comunicações acionados pelo Estado.

O capítulo cinco examina algumas iniciativas regionais para a extensão do sinal televisivo. Neste exame discorreremos ainda mais uma vez sobre elementos de ordem técnica da atividade de transmissão do sinal de TV, para o que pedimos, de antemão, uma dose adicional de paciência do leitor. Apesar de algo enfadonhas,

estas considerações - mais próprias do engenheiro do que do profissional de ciências humanas - são de fundamental importância. Afinal, entendemos que a sua insuficiência, ou mesmo completa ausência, tem contribuído para impedir que o nosso conhecimento sobre a constituição histórica do sistema televisivo brasileiro permaneça bastante limitado. Nossos pesquisadores ainda não se conscientizaram da importância da inclusão, em suas análises, dos fatores de ordem técnica que são inerentes ao setor. Nos capítulos três e cinco esperamos poder conseguir chamar a atenção dos sociólogos, historiadores, antropólogos, cientistas políticos, economistas, etc. enfim, de todos os que se dedicam às ciências humanas e à filosofia, para a necessidade de se encarar de frente o desafio posto pela necessidade da produção de um conhecimento verdadeiramente interdisciplinar.

Já o sexto e último capítulo diz respeito a um personagem que, paradoxalmente, tem sido desconsiderado enquanto objeto de estudo, não obstante à importância do seu papel como elemento constituinte do nosso sistema radiotelevisivo: o empresariado da radiodifusão. Efetuamos aqui o exame do pensamento, propostas e atitudes dos

proprietários e/ou administradores de empresas de rádio e televisão. Em tal exame buscamos reconstituir a postura do empresariado frente a intervenção do estado no seu ramo de atividade e explicitar as questões ele entendia serem essenciais. Tal reconstituição nos permite efetuar uma interpretação mais consistente sobre o papel desempenhado por aquele grupo social no processo de montagem do nosso modelo de radiodifusão.

Só nos resta, agora, convidar o leitor a nos acompanhar nesse percurso.

1. "AERP Informa" nº 38, maio-junho de 1981. Boletim da Associação das Emissoras de Radiodifusão do Paraná. p.4.
2. Jornal "Folha de São Paulo" de 14 de março de 1985. "Figueiredo fez 634 concessões de rádio e TV."
3. "Jornal da Tarde" de 25 de março de 1988, Caderno de Política, "Quanto custaram estes votos", p. 6
4. Jornal "Folha de São Paulo" de 27 de agosto de 1989. Caderno das Diretas 89, p. B-8. "Eleitorado se informa sobre eleição na TV" e "Liderança de Color começa na televisão".
5. Revista "Veja" edição nº 1.137, de 4 de julho de 1990. Manchete de capa: "Sexo e violência na TV - O impacto nas crianças", pp. 51-56
6. HURLEY, N.P. Chilean Television: a case study of political communication. In: Journalism Quarterly, winter, 1974

PRIMEIRA PARTE - QUESTOES TEORICAS

# 1. ESTADO E MERCADO RADIOTELEVISIVO NA LITERATURA BRASILEIRA

## 1.1. INTRODUÇÃO

O objetivo deste capítulo é expor os resultados obtidos com a leitura dos principais trabalhos dedicados ao tema em questão. Nessa leitura dois aspectos interessaram-me particularmente. Inicialmente busquei entender como se fazia a caracterização do modelo radiotelevisivo brasileiro, por parte da nossa intelectualidade, em diferentes momentos históricos definidos: na Ditadura Militar (1964-1985) e durante a "Nova República" (1985-1990). Paralelamente também busquei entender como é que se percebia a relação entre o Estado e a iniciativa capitalista privada no Brasil Contemporâneo.

Em função dos resultados obtidos com estas leituras é que acabei me decidindo pela investigação de determinados aspectos daquela relação. As justificativas de minhas opções metodológicas, portanto, devem ser buscadas neste capítulo.

Em 1980, ao fazer um balanço da produção acadêmica sobre a indústria cultural no Brasil e propor perspectivas de estudos, o professor Carlos Eduardo Lins da Silva constatava: "... as relações entre indústria cultural e Estado são absolutamente inexploradas"<sup>1</sup>. Sete anos depois, um articulista de uma conhecida revista semanal, comentava dois recentes lançamentos de livros dedicados à televisão nos seguintes termos: "... é quase um milagre de Roque Santeiro que sejam publicados tão poucos livros sobre televisão no Brasil. E que os raros que são lançados sejam tão ruins"<sup>2</sup>. No período compreendido entre este comentário e os dias de hoje, assistiu-se ao lançamento de mais alguns poucos - mas muito poucos mesmo - trabalhos importantes sobre o assunto. Assim, paradoxalmente, os meios de comunicação de massa eletrônicos no Brasil, a despeito da sua notória influência política e importância econômica e cultural, continuam a



serem desconsiderados, enquanto objeto de estudo, pela comunidade acadêmica.

Nestas circunstâncias, a maior parte das análises e interpretações sobre o assunto continua a ser feita, de uma maneira ou de outra, pela imprensa periódica. As denúncias de acordos ilegais (Rede Globo e o grupo Time-Life/1968); de uso de concessões de canais de rádio e televisão com fins político-eleitorais (como na votação dos cinco anos de mandato para José Sarney na Constituinte/1988); as transações financeiras (acordos entre Roberto Marinho e Antonio Carlos Magalhães/1987) ou ainda; a influência do poder informativo da televisão durante campanhas eleitorais (1989) constituem o lado mais visível e, talvez por isso mesmo, mais conhecido e comentado deste assunto.

Da produção acadêmica propriamente dita, se encontram apenas umas poucas obras de importância. E, excetuando-se as obras mais recentes - isto é, aquelas lançadas durante e após o período da Assembleia Nacional Constituinte - a maioria apresenta interpretações sobre a relação entre Estado e atividade capitalista privada dedicada à radiodifusão de valor muito discutível, como veremos.

A maior parte das obras que iremos analisar aqui foram produzidas durante o Regime Militar; as demais no período conhecido como "Nova República". Em quase todos os casos, elas estão fortemente impregnadas pelas marcas do seu tempo. Nas primeiras, pela presença de um regime autoritário que, através da censura e de uma série de instrumentos coercitivos - ditos "de exceção" - levava a cabo, no interior de sistemas decisórios fechados à participação popular, um projeto de desenvolvimento do capitalismo que aparentemente se guiava por uma lógica própria, isto é, que se dizia respeito ao próprio regime. Já as obras do período seguinte trazem, em sua maioria, os reflexos no novo modo de operação da política. Ali estão as disputas entre os diversos segmentos que compõem a classe capitalista privada, dentro e fora dos aparelhos de estado; os arranjos entre a classe política - "politicagens" - no exercício do poder; enfim, o complexo jogo de pressões que fazem o dia-a-dia de uma democracia mostrado às claras, sem retoques. Já nas obras produzidas na conjuntura mais recente nota-se um esforço de caracterização da sociedade brasileira que privilegia os aspectos identificados com a modernidade, como exponho a seguir.

## 1.2. A PRODUÇÃO DO PERÍODO 1977-1985

Uma das primeiras obras de importância sobre os meios de comunicação de massa eletrônicos no Brasil foi a de Muniz Sodré.<sup>3</sup> Naquela ocasião vigoravam ainda todos os instrumentos jurídicos implantados pela ditadura militar - inclusive o "AI-5" - e vivia-se uma situação de virtual monopólio televisivo privado por uma única empresa: a Rede Globo. Nestas circunstâncias não é de se estranhar a ênfase dada pelo autor no papel da televisão brasileira como um instrumento da hegemonia das classes dominantes sobre o conjunto da população. O modelo visual e estético da Rede Globo (responsável pela introjeção de um padrão de comportamento pautado pela euforia consumista e pela alienação da realidade sócio-política do país); o monopólio exercido por este grupo privado (única rede de televisão com cobertura nacional) e; o comprometimento desta empresa com o regime militar (favorecida política e economicamente pelos diversos generais-presidentes) levaram o autor a constatar, com

razão, a existência de um autêntico "monopólio da fala", por parte das classes economicamente dominantes. Deste monopólio adviriam duas consequências: por um lado, a televisão só veicularia as idéias, valores e notícias compatíveis com a manutenção do modo capitalista de produção e do próprio regime militar; por outro, ela jamais seria empenhada num esforço em prol do desenvolvimento social e do aperfeiçoamento intelectual da nação, uma vez que ela se retringia à exploração comercial.

Dois anos depois era lançada uma coletânea que incluía trabalhos de vários autores estrangeiros sobre o tema das comunicações de massa. A tônica da maioria dos artigos recaía sobre a situação de completo domínio que as grandes corporações multinacionais (todas norte-americanas) dos ramos da eletrônica, informação, educação e entretenimento exercem sobre a televisão do Terceiro Mundo.<sup>4</sup> É aqui, neste trabalho, que surgem a maior parte dos conceitos que irão informar a análise de praticamente todas as obras que irão aparecer daí para frente. Referimo-nos especificamente aos conceitos de "dependência cultural", "dependência tecnológica" e "alienação".

Autores como Nordstreng & Varis,<sup>5</sup> analisando a influência estrangeira sobre os meios de comunicação nos países subdesenvolvidos, entendiam existir uma "ofensiva ideológica" desencadeada pelas agências estatais e empresas privadas norte-americanas sobre os meios de comunicação daquelas regiões, como desdobramento de uma "guerra psicológica" levada a cabo pelos EUA. Tal guerra se constituía numa série de esforços de ordem ideológica, visando neutralizar as consequências negativas que a derrota na Guerra do Vietnã pudesse ter sobre o prestígio e a influência que os norte-americanos detinham. Parte importante desta estratégia era a imposição de uma "dependência cultural" a que se viram submetidos os países da América Latina. Tal dependência se manifestava, dentre outras formas, pelo absoluto predomínio de que gozavam, em todos aqueles países, as publicações, filmes e programas televisivos de origem norte-americana. Contabilizando o fluxo internacional de programas constatava-se que as emissoras da América Latina irradiavam, na maior parte do tempo, programas oriundos dos EUA e, predominantemente, filmes e seriados, isto é, do gênero "entretenimento".

Outros textos, como os de Somovía 6 ou de Cardona, 7 também apontam nesta mesma direção e acrescentam, referindo-se ao predomínio das agências de notícias internacionais e dos centros de produção de programas de televisão norte-americanos, que o sistema de fluxo de informações e produtos culturais opera, inevitavelmente, em favor dos países desenvolvidos. Já Faraone 8 e Dias 9 (neste último se está analisando o caso brasileiro) enfatizam que, além da dependência externa, verifica-se a existência de oligopólios ou monopólios na maior parte dos sistemas televisivos da América Latina. Assim, a televisão destes países se subordinaria, externamente, aos interesses das multinacionais da cultura e da eletrônica e, internamente, às classes economicamente dominantes que detêm a propriedade destes meios. O fato deste poderoso meio de comunicação social estar à margem dos esforços pelo desenvolvimento daqueles países é enfatizado pelos autores, quando apontam o predomínio de programas ditos "de entretenimento", a quase total ausência de programas culturais e educativos e, naturalmente, o caráter comercial da televisão.

Porém, o mais importante autor estrangeiro do período é o norte-americano Schiller.<sup>10</sup> Sua principal obra, "O império norte-americano das comunicações" se tornará um clássico, constituindo-se em referência obrigatória para todos os autores nacionais até meados da década de 1980.<sup>11</sup> Ali, ele aponta a estreita vinculação entre as políticas levadas a cabo pelo Departamento de Estado norte-americano, no sentido de conduzir a sua "guerra psicológica" e, os propósitos de penetração do capital privado das empresas multinacionais da comunicação na América Latina. O autor critica duramente a existência de um "livre fluxo de informação" internacional, o qual só poderia estar favorecendo os interesses comerciais mais poderosos do setor - no caso, as agências internacionais de notícias e a indústria cultural dos EUA. Tal situação estaria levando, segundo ele, à subordinação da informação e cultura nos países do Terceiro Mundo aos desígnios do projeto de implantação e consolidação da hegemonia norte-americana.

São três as idéias-força que irão se fazer presentes em quase todas as obras do período: o "colonialismo cultural" e a

"alienação" dos meios de comunicação de massa que resultam da "dependência cultural e tecnológica". Os trabalhos de Melo, 12 Caparelli 13, Beltran 14 e Vieira 15, entre outros, se desenvolverão ao longo destas linhas de idéias.

José Marques de Melo aponta a televisão brasileira, dependente técnica e culturalmente, como um "instrumento do neo-colonialismo",<sup>16</sup> destinada a irradiar programas alienantes que só podem mesmo se constituir em um "anestésico social",<sup>17</sup> o que contribui decisivamente não só para a manutenção do sistema de dominação de classe internamente, mas também para a continuidade da dependência externa a que o país está submetido. A natureza "escapista" <sup>18</sup> da nossa televisão se confirma pelo fato de que a programação é "... constituída quase que exclusivamente pelos programas de entretenimento, o que equivale a dizer por mensagens banais e alienantes, responsáveis pelo distanciamento dos telespectadores da realidade em que vivem."<sup>19</sup> O autor critica também o fato da maior parte das estações serem meras retransmissoras - afiliadas a uma rede - de uma programação gerada quase que exclusivamente em centros externos de produção, o que contribui



ainda mais para aquele distanciamento.

Também deste período é a primeira obra de Sergio Caparelli. 20 Ali o autor põe ênfase sobre estas mesmas características: a dependência cultural e tecnológica da nossa televisão, que à nível externo a subordina aos propósitos de manutenção e ampliação da hegemonia norte-americana e, internamente, seu caráter comercial, que a destina exclusivamente à ampliação do consumo e alienação do telespectador o que, em última análise, estaria favorecendo a manutenção do domínio de classe e a continuidade do regime militar. Tais finalidades se manifestam nas características dos nossos meios de comunicação eletrônica de massa: um modelo de televisão comercial - modelo este, aliás, imposto (!) de fora, pelos EUA - que é apropriado privadamente por uma única classe. Tal monopólio de classe se dá através de uma política de concessão de canais, que privilegia os membros das classes dominantes e, da necessidade de se possuir vultosos capitais para a concretização de um empreendimento do porte de uma estação de televisão. Garante-se que esta apropriação privada não vai entrar em contradição com os propósitos mais amplos de

manutenção do regime político e do modo de produção vigentes através de certas práticas levadas a cabo pelo Estado: a política de concessão de canais de rádio e televisão (que, dependendo exclusivamente do Presidente da República, constituía-se num "filtro" ou "barreira" impedindo outros grupos sociais de operarem aquelas estações), a censura (que proibia a vinculação de determinados conteúdos e temas) e, o estado permanente de "barganha" entre o Estado autoritário e a iniciativa privada dedicada à radiodifusão em torno de certas políticas (subsídios, infra-estrutura, etc.). Enfim, o que se desprende do texto é que o Estado e a iniciativa privada se beneficiam mutuamente de um modelo televisivo "imposto" pela situação estrutural de dependência externa.

Tais aspectos serão aprofundados na obra seguinte deste autor. 21 Ali, os meios de comunicação de massa reaparecem como destinados a reproduzir a permanência dos grupos dominantes; a televisão caracterizada como dependente cultural e tecnologicamente do estrangeiro; concentrada em poucas mãos e em determinadas regiões; e destinada a divulgar produtos e ampliar mercados para a iniciativa capitalista

privada. A tônica do trabalho é a grande influência do Estado sobre aqueles meios, o que leva o autor a duvidar do seu estatuto de empreendimento privado, preferindo pensar a televisão como uma agência do Estado. A manutenção deste modelo televisivo seria garantida pela identidade de interesses do Estado e da classe capitalista privada.

O caráter comercial da televisão brasileira, com sua programação "alienante" e sua não-vinculação ao esforço em prol do aperfeiçoamento intelectual e do desenvolvimento social da nação foi, nesta época, entendido como uma imposição decorrente da situação de dependência externa vivida pela nossa economia. Neste sentido, alguns autores chegaram a defender a idéia de que não existiria uma televisão latino-americana, mas, apenas e tão somente estações de televisão no nosso continente, tamanha era a distância entre as finalidades e propósitos do modelo televisivo e as reais necessidades da população.<sup>22</sup>

A interpretação da coexistência destes dois poderes (da televisão-sobre-o-povo e do Estado-sobre-a-televisão) parece ter sido feita com base na analogia da simbiose biológica. Por

exemplo, o trabalho de Vieira 23 sobre o "Jornal Nacional" da Rede Globo, entende que, no esforço do Estado por desenvolver uma moderna infraestrutura para as comunicações de massa e, na correspondente apropriação dos benefícios da implantação desta infra-estrutura pela iniciativa privada, estaria o interesse do Estado em se apropriar dos "dividendos políticos", entendidos como a "sustentação social do autoritarismo político". Nesta relação simbiótica, o Estado detém a posição mais importante, uma vez que a ele cabe um virtual controle sobre os meios de comunicação de massa. É ele que decide quem pode e quem não pode explorar canais de rádio e televisão (política de concessão de canais), determinar os padrões dos programas e seus conteúdos (censura), etc. Apesar de apontar que a necessidade de lucro e a guerra pela audiência também jogam papel importante na constituição de uma programação alienante e que reflete os interesses das classes dominantes, a ênfase do autor termina por recair mesmo no Estado. Para ele o sistema de televisão é substantivamente estatal, permitindo-se pensar nesta como uma agência do Estado.

Serão bem poucos os autores que, neste período, evitaram sublinhar o tema do poder que a televisão exercia sobre a população brasileira.<sup>24</sup> Seja garantindo a permanência do regime, seja sustentando a continuidade do modo de produção vigente, o que salta aos olhos é o papel da televisão como instrumento de manutenção da hegemonia de determinada classe sobre o conjunto da sociedade. Apenas alguns autores se dispuseram, nesta conjuntura, a questionar ou relativizar tal poder.<sup>25</sup>

### 1.3. A PRODUÇÃO DO PERÍODO 1984-1987

A "crença no superpoder dos mass-media tidos como capazes de moldar consciências, ditar comportamentos" <sup>26</sup> só será abalada por ocasião do declínio do Regime Militar. As gigantescas manifestações de massa que se verificaram durante a campanha em prol das eleições diretas para a Presidência da República, realizadas à margem da cobertura jornalística da televisão, contribuíram poderosamente para minar esta crença. O que ganha uma relevância maior nos

textos que examinam os meios de comunicação de massa naquele momento é, cada vez mais, o poder de controle político e econômico que o Estado exerce sobre a indústria cultural como um todo.

Um autor como Daniel Herz 27 falará da "imensa ingerência do Estado sobre os meios de comunicação de massa" e da subordinação da radiodifusão "ao controle direto do governo". Para ele tal controle seria necessário para assegurar que as emissoras só veiculariam os conteúdos de interesse das classes dominantes, fator decisivo para a sustentação do "modelo econômico imposto pela burguesia industrial e financeira associada ao capital internacional."

28

Também Sérgio Caparelli 29 vai enfatizar o "poder do autoritarismo no controle dos meios eletrônicos". Tal controle se manifestaria através de uma série de mecanismos: a política de concessão de canais, a eliminação física de jornalistas, os atentados contra as sedes dos jornais de oposição ou alternativos, a censura, etc. A estes, Mattos, 30 irá acrescentar outros: o fornecimento de verbas através da publicidade, o apoio técnico e financeiro, o controle legal, etc.

A campanha das "Diretas-Já" produziu outros efeitos na percepção que os estudiosos tinham dos meios de comunicação de massa, além do fim da crença nos seus "superpoderes". Chamou a sua atenção para as divergências que poderiam estar ocorrendo entre as empresas capitalistas privadas de comunicação social e a orientação impressa pelo regime militar às agências regulatórias do setor. De fato, a intimidação às emissoras para que estas se abstivessem de cobrir os comícios daquela campanha, ao lado do recrudescimento da censura levou aos pesquisadores a, por um lado, enfatizar ainda mais - se é que tal era possível - o poder do Estado e, por outro, proceder a uma indagação mais aprofundada sobre a relação entre o poder público e as empresas privadas de comunicação.

A primeira postura conduziu à atribuição de um "superpoder" ao Estado, em se tratando da regulamentação e fiscalização da atividade radiotelevisiva. A segunda levou apenas ao reforço da idéia da existência de algum tipo de "solidariedade natural" existente entre os ocupantes dos aparelhos de Estado e o empresariado privado da radiodifusão. Esta interpretação não tinha uma utilidade muito

grande, chegando a provocar perplexidade, como por exemplo, num documento produzido durante o encontro anual da INTERCOM em 1985 31:

"Na sociedade brasileira, as relações entre Estado e indústria cultural são marcadas por um grande poder de controle político e econômico deste sobre aquela e por conflitos aparentemente injustificáveis já que, em princípio, tanto um quanto outra defendem os interesses dos mesmos grupos sociais... Os meios de comunicação ... não deveriam ter tantos pontos de atrito com o Estado como costumam ter aqui no Brasil nem sofrer imiscuição tão constante e ostensiva como aqui ocorre." (grifos nossos)

Apesar da inconsistência da interpretação, permaneceu firme a idéia da existência de uma identidade de interesses entre o Estado e os meios de comunicação de massa privados. Afinal, é a mesma classe que detém o poder do Estado e que possui aqueles meios de comunicação ...

Ainda eram poucas as vozes que se atreviam a relativizar tais afirmações. O texto de Oliven 32 trará a recusa em considerar os meios de comunicação de massa como um todo coeso. Ele falará da "lógica do mercado" que, através da competição, teria levado a um alto nível de diferenciação entre os diversos meios de



comunicação e, até de regionalização, inclusive da televisão.

O texto de Cardoso caminha nesta mesma direção.<sup>33</sup> Para ela o processo de comunicação trabalha com conotações não controláveis, dando margem a recepções diversificadas. E, seria impossível captar a complexidade destes processos se, antes, não deixássemos um pouco de lado o poder de censura que detém os meios de comunicação de massa, o qual, aliás, "nunca é plenamente eficaz".

Apesar destas indas e vindas sobre a extensão do poder dos meios de comunicação de massa eletrônicos, permanece forte até hoje a idéia de que a penetração e o alcance do rádio e, principalmente, da televisão, são particularmente grandes no Brasil. Tal convicção se tornou mais forte com a primeira eleição presidencial direta em quase 30 anos, quando se descobriu que a maioria absoluta dos eleitores se informava sobre os candidatos - exclusivamente - através da televisão e, mais especificamente, por uma determinada rede de televisão <sup>34</sup>. O fato do candidato apoiado por esta rede ter-se mantido à frente em todas as pesquisas de intenção de voto durante toda a campanha foi creditado, pela

maioria dos analistas, como resultado daquele apoio.

Permaneceu inabalável também, a noção de que o modelo televisivo brasileiro não tem contribuído em nada para o desenvolvimento intelectual e social da nação, sendo usado apenas em proveito próprio pelos seus proprietários e pelos eventuais ocupantes dos poderes públicos.

35

O que ainda não havia ficado claro, porém, era o conteúdo da relação entre o Estado e a iniciativa privada dedicada à exploração dos serviços de radiodifusão. A partir de 1985 tal relação volta a ser objeto de novas tentativas de interpretação por parte dos estudiosos. Os trabalhos de Melo 36 e Herz 37 são ilustrativos desta nova fase.

Em sua obra de 1986, José Marques de Melo fala de uma relação de "permanente tensão" entre a burocracia estatal e o empresariado da comunicação que se equilibraria "pelas facilidades concedidas reciprocamente". Tal situação se manifesta através da "forte presença do aparelho estatal no controle e funcionamento das redes de comunicação pública, que oferecem

lucratividade aos industriais e/ou comerciantes do setor, mas proporciona também a credibilidade política necessária à permanência dos ocupantes de posições-chave na engrenagem governamental". Porém, os eventuais enfrentamentos e contradições entre os dois setores são prontamente minimizados com colocações do seguinte teor:

"... como na sociedade capitalista a burguesia detém o monopólio do capital, indiretamente ela detém também o monopólio dos meios de comunicação. E como o Estado é também uma instituição a serviço da classe dominante ele favorece e reforça este monopólio." 38

Em se tratando de captar as nuances da associação simbiótica entre o Estado e o empresariado da radiodifusão, o máximo a que o autor se permite é apontar que:

"... as concessões de canais ou subsídios para importar equipamentos, bem como as verbas publicitárias ou os empréstimos dos bancos governamentais não estão disponíveis para todas as empresas que atuam no setor. Conquistam maiores benefícios indubitavelmente aquelas que se alinham com os eventuais ocupantes do poder político e que lhes oferecem a legitimação perante a opinião pública..." 39

Já Herz (1987), parte de uma outra perspectiva. Entendendo que as diretrizes da política oficial de radiodifusão garantem o predomínio das empresas privadas no setor, defende a ideia de que "... o Estado é instrumentalizado pelos interesses capitalistas predominantes na radiodifusão." Analisando a história da implantação da Rede Globo - processo este amplamente facilitado pelo Regime Militar - e a política de concessão de canais de rádio e televisão, bem como uma série de transações entre o Ministro das Comunicações (Antonio Carlos Magalhães) e o Presidente das organizações Globo (Roberto Marinho), o autor termina por concluir que o poder político e econômico é que se utiliza dos órgãos de Estado para contemplar seus interesses. Assim, tanto o monopólio do poder concedente nas mãos do

Presidente da República, quanto as políticas do Ministério das Comunicações, terminam por servir a um mesmo objetivo: "... aquinhoar com mais vantagens os principais grupos econômicos de comunicação do país". 40

#### 1.4 OS TRABALHOS DO FINAL DE DÉCADA DE 1980

A partir de meados desta década começa a se tornar mais visível a mudança de estatuto do Brasil enquanto economia periférica. Já não se trata mais de um país condenado a depender da importação de equipamentos de transmissão de rádio e televisão, peças de reposição para suas emissoras, programas radiotelevisivos ou mesmo de aparelhos receptores. O Brasil chega ao final da década de 1980 com um dos maiores parques receptores de televisão do mundo; com uma importante indústria de equipamentos eletro-eletrônicos, capaz de produzir praticamente todos os componentes necessários ao desempenho das estações de rádio e televisão e, talvez o mais importante: com centros de produção de programas próprios que terminaram por inverter

completamente a tendência dos anos anteriores. De fato, o país passa de importador a exportador - aliás, um dos maiores - de programas televisivos. Desaparecem, portanto, os fatores que teriam conduzido à "dependência cultural e tecnológica" que os analistas da década passada incansavelmente denunciaram.

A crítica àquela dependência não foi descabida nem em vão, pois, se não contamos mais com uma programação composta em sua maior parte por programas importados - geralmente seriados - os ditos "enlatados", responsáveis pela "alienação" do telespectador e, completamente dissociados do esforço pelo desenvolvimento intelectual da nação, agora dispomos de programas, novelas e seriados igualmente alienantes e dissociados daquele esforço, só que produzidos internamente.

A denúncia de uma televisão concentrada em poucas mãos e em determinadas regiões do país; servindo exclusivamente aos propósitos políticos e empresariais de seus proprietários; "amancebada" com o poder constituído e a serviço da perpetuação do status quo continua a conservar a sua validade. Mas como os autores de trabalhos mais recentes, - justamente aqueles

que, desconsiderando a Teoria da Dependência, 41 colocaram os influxos modernizadores da sociedade, a criação de um amplo mercado de bens simbólicos, enfim, o advento de um tipo de sociedade moderna em primeiros plano - interpretam a relação entre Estado e o empresariado da radiodifusão?

Dentre estes incluem-se os trabalhos de Ortiz 42, Ortiz, Borelli & Ramos 43 e Mattelart 44. Nos trabalhos de ou com a participação do professor Renato Ortiz se falará de um "coincidência de perspectivas" e de uma "colaboração" entre os empresários da cultura e os diversos governos militares que, ao longo de todo o regime, tomarão para si a tarefa de modernizar a sociedade e, em especial, as telecomunicações brasileiras. A implantação dos troncos de microondas pela EMBRATEL que possibilitou a formação de redes de televisão exemplifica a colaboração a que faz menção o autor. A legitimação da ação dos militares se faz pela Ideologia da Segurança Nacional, na qual ocupa um lugar central a idéia de "integração nacional":

"Talvez o melhor exemplo da colaboração entre o Regime Militar e a expansão dos grupos privados seja a da televisão... a noção de integração estabelece uma ponte entre os interesses dos empresários e dos militares, muito embora seja interpretada pelos industriais em termos diferenciados. Ambos os setores vêem vantagens em integrar o território nacional, mas enquanto os militares propõe a unificação política das consciências, os empresários sublinham o lado da integração do mercado. O discurso dos grandes empreendedores da comunicação sempre associa a integração nacional ao desenvolvimento do mercado." 45

Com relação a censura, o autor também faz referência à colaboração entre os dois setores. Afinal, a despolitização dos conteúdos é, para Ortiz, uma meta buscada tanto pelos militares quanto pelos industriais da cultura. Também Mattelart falará de algum tipo de paralelismo entre a atuação do Estado e do empresariado da radiodifusão no processo de implantação de redes. Para ele, a promulgação do Código Brasileiro de Telecomunicações em 1962, ao estabelecer que caberia ao Estado a responsabilidade de instalar e explorar as redes de telecomunicação e, à iniciativa privada a exploração da radiodifusão, definiu um *modus*



vivendi entre os dois setores. 46

O que há de comum a estes trabalhos mais recentes é a consideração pela especificidade destes dois sujeitos - a burocracia estatal e o empresariado privado da radiodifusão - que se contrapõe ao recurso fácil e de valor interpretativo nulo que é a postura de se considerar as agências do Estado e as empresas de comunicação como pertencentes à "mesma classe", ou pior ainda, de entender ambas as entidades como "aparelhos" de um mesmo Estado. Também ocupa um lugar de destaque a reconstituição da história do nosso modelo radiotelevisivo.

#### 1.5. CONCLUSÃO

A literatura produzida pelo tema em questão adota, no mais das vezes, uma postura eminentemente crítica do modelo radiotelevisivo brasileiro e, principalmente, da atuação das agências estatais do setor. Esta produção, seja por sua crítica, seja pelo fato do seu

referencial teórico ser fornecido por autores identificados com o marxismo, pode certamente ser qualificada como de esquerda.

Já dentre a variedade de aspectos tratados por toda esta bibliografia, em se tratando da relação entre o Estado e a classe capitalista privada, quatro particularmente chamam a atenção. Tais aspectos estão intimamente relacionados com a tentativa de se interpretar as características assumidas pelo modelo radiotelevisivo brasileiro, quase que exclusivamente, à partir de fatores que, até certo ponto, lhe são externos: a relação de dependência da economia nacional para com os países do capitalismo central; as características assumidas pelo regime político, ou pelo Estado; as necessidades de reprodução do modo capitalista de produção, etc.

O primeiro aspecto diz respeito à desconsideração pelas diferenças porventura existentes no interior da classe capitalista privada que se dedica à exploração dos serviços de radiodifusão. Mesmo nos trabalhos mais recentes como o de Ortiz (1988), o conjunto do empresariado é homogeneizado na categoria de "empresário cultural" apagando-se,

conseqüentemente, as distinções que possam existir no interior desta classe. Afinal, o que é que faz, digamos, um Roberto Marinho (Presidente das Organizações Globo) e um Iracy Travisani Rosa (dono de emissora de rádio no interior do Paraná), por exemplo, se reconhecerem como membros da categoria dos "empresários culturais", ou do "empresariado da radiodifusão"? Nossa literatura tem sido pródiga em apontar apenas os motivos que levam àquele reconhecimento. Daí a homogeneização de todos os proprietários e administradores de estações de rádio e televisão sob uma única rubrica! Ora, tal postura torna impossível, apenas para se ficar nestes exemplos, se perceber as diferenças que existam entre aqueles indivíduos no que diz respeito às suas posturas frente à intervenção do Estado no seu ramo de atividade, bem como nas suas formas de organização e articulação de interesses. Nota-se também uma desconsideração pelo papel político daqueles que não são proprietários de redes ou conglomerados de comunicação, como se à sua situação de relativa marginalidade econômica tivesse de corresponder, necessariamente, uma impotência ou insignificância políticas.

Considero surpreendente o fato de todos os trabalhos que tentaram interpretar a relação entre o empresariado da radiodifusão e as agências regulatórias estatais tenham deixado de considerar, em favor da adoção dogmática de esquemas simplistas, como as citadas "relações simbióticas", "solidariedade natural", "troca de favores" e outros quejandos, o estudo das opiniões e posicionamentos políticos daquele empresariado sobre tal relação! Tudo se passa como se a qualificação do Estado, como capitalista, fosse suficiente para "explicar" o papel por ele desempenhado na sua relação com a radiodifusão privada. Neste sentido se nega significação, ou mesmo se anula, a existência de eventuais contradições e/ou enfrentamentos entre as agências regulatórias e a iniciativa capitalista privada.

Outro problema é a atribuição de um enorme poder ao Estado. Dificilmente poderíamos discordar de tal atribuição, porém, a maneira pela qual ela é feita é demasiadamente formal. Tal se dá através da mera leitura do elenco de atribuições que cabem às agências regulatórias federais, sem que em nenhum momento se indague da sua real efetividade, que se manifestaria, por

exemplo na sua organização e distribuição pelo país, bem como nos recursos que à elas são destinados. O poder que usualmente é imputado ao Estado fica ainda maior quando se atribui à EMBRATEL o mérito, por assim dizer, de ter possibilitado - por si só - a transmissão de emissões de televisão em rede para todo o país. Na verdade, como veremos, tal tarefa foi compartilhada por toda uma série de agentes. Se levarmos em conta estas e outras circunstâncias (como, por exemplo, o papel do Executivo Federal como controlador das "entradas" de novos pretendentes neste ramo de atividade) não surpreende que o Estado apareça recorrentemente como a entidade que detém um "superpoder" sobre os meios de comunicação de massa eletrônicos.

O terceiro problema é que a literatura desconsidera abertamente os fatores de ordem técnica envolvidos. Afinal, o que que faz da radiodifusão um ramo da atividade econômica tão específico a ponto de sempre, necessariamente, requerer a regulamentação - não importa, por enquanto, em que grau ou com quais características - dos poderes públicos? Quais os fatores de ordem técnica que levaram, enfim, à criação de uma série de organismos

internacionais e locais destinados a regulamentar a exploração radio-televisiva?

Finalmente, um outro aspecto comum à esta produção é que ela raramente leva em consideração a variedade das experiências de outros países na regulamentação do setor. Como resultado, a discussão sobre a intervenção do Estado na radiodifusão parece considerar que esta ocorre numa espécie de "vâcuo", como se nós vivêssemos problemas que só dizem respeito ao nosso país, ignorando, pois, tanto os fatores estruturais de ordem técnica que lhe são específicos, quanto a diversidade da experiência histórica.

Foi justamente na tentativa de superar estas dificuldades que decidi pesquisar determinados aspectos da relação entre Estado e mercado na radiodifusão, os quais estão expostos nos capítulos que compõe esta dissertação.

O próximo capítulo traz uma discussão sobre os fatores de ordem técnica que fazem da radiodifusão um ramo de atividade específico frente aos demais. O capítulo seguinte consiste num marco histórico comparativo, onde se resgatam as diversas possibilidades de organização dos

serviços de rádio e televisão e suas mudanças ao longo do tempo. No quarto capítulo reconstituo o papel desempenhado pelo Estado na formação do nosso modelo radiotelevisivo, destacando-se a importância dos militares e das agências regulatórias naquele processo. Também pesquisei uma outra dimensão da intervenção do Estado neste mercado: seu papel como agente de implantação de uma gigantesca infra-estrutura que permitiu, enfim, que o sinal emitido pelas estações de televisão privadas alcançassem todo o país. Aqui, minha preocupação foi, além de tentar relativizar o peso que usualmente é imputado à ação estatal, resgatar a memória da atuação de uma série de outros poderes públicos, a qual a produção acadêmica contemporânea insiste em desconsiderar. Tal é o conteúdo do quinto capítulo. Finalmente, o último capítulo diz respeito ao empresariado: decidi analisar as suas entidades de classe - nacionais e regionais. Tal procedimento permitiu captar as nuances entre as questões levantadas por aquele empresariado em cada região do país; entre os grandes e os pequenos proprietários; entre aqueles que são donos de estações de televisão e os que possuem exclusivamente emissoras de rádio. Afinal, pude dar resposta às seguintes questões:

como que estes diferentes setores se colocavam diante da intervenção do Estado no seus negócios? Quais aspectos daquela intervenção eles entendiam serem essenciais? Tais são os conteúdos deste trabalho.



## Notas do Primeiro Capítulo

1. SILVA, C. E. L. da. Indústria cultural e cultura brasileira: pela utilização do conceito de hegemonia cultural. In: *Encontros com a Civilização Brasileira* n° 25, julho de 1980, vol. III. pp. 167-194
2. REIS, I. T. Fora de foco: histórias falhas sobre a trajetória da TV. In: Revista "Veja", 6 de abril de 1987. p. 123
3. SODRÉ, M. O monopólio da fala: função e linguagem da televisão no Brasil. Petrópolis, Vozes, 1977, 156 p.
4. WERTHEIN, J. (org.) Meios de Comunicação: realidade e mito. São Paulo, Companhia Editora Nacional, 1979, 277 p.
5. NORDENSTRENG, K. & VARIS, T. Inventário internacional da estrutura dos programas de televisão e circulação internacional de programas. In: WERTHEIN (org.) op. cit. pp. 30-104
6. SOMÓVIA, J. A estrutura transnacional de poder e a informação internacional. In: WERTHEIN (ORG.) op. cit. pp. 129-145
7. CARDONA, E. F. & BELTRAN, L. R. A influência dos Estados Unidos na comunicação de massa da América Latina: desequilíbrio do fluxo de informação. In: WERTHEIN (org.) op. cit. pp. 170-229
8. FARAONE, R. Meios de comunicação de massa na América Latina. In: WERTHEIN (org.) op. cit. pp. 147-169
9. DIAS, M. A. R. Política de comunicação no Brasil. In: WERTHEIN (org.) op. cit. pp. 252-273
10. SCHILLER, H. I. Libertação do livre fluxo. In: WERTHEIN (org.) op. cit. pp. 21-104
11. SCHILLER, H. I. O império norte americano das comunicações. Petrópolis, Vozes, 1976
12. MELO, J. M. A televisão brasileira como instrumento do neo-colonialismo: evidências do caso brasileiro. In: *Comunicação e sociedade* n° 1, julho de 1979. São Paulo, Cortez, 1979. pp. 167-182

13. CAPARELLI, S. Comunicação de massa sem massa. São Paulo, Summus, 1986. 3ª ed. 124 p. Ver também: CAPARELLI, S. Televisão e capitalismo no Brasil. Porto Alegre, L & PM, 1982, 196 p.
14. CARDONA & BELTRAN, Op. cit.
15. VIEIRA, R.A.A. Macrocefalia da comunicação de massa no Brasil: para compreender a televisão brasileira nos 15 anos do "Jornal Nacional". In: Comunicação e política. Vol. 3, nº 1-4, janeiro/dezembro de 1985.
16. MELO, J.M. A televisão como instrumento do neocolonialismo: evidências do caso brasileiro. In: Comunicação e sociedade. Ano 1, nº 1, julho de 1979: "Os dados obtidos naquela investigação... acentuam o caráter da televisão brasileira como instrumento do neocolonialismo que impera no mundo contemporâneo." p. 170.
17. MELO, J.M. Telemania, anestésico social. São Paulo, Edições Loyola, 1981
18. MELO, J.M. Escapismo e dependência na programação da TV brasileira. In: Comunicação e sociedade. Ano 3, nº 5, março de 1981.
19. \_\_\_\_\_, p. 148
20. CAPARELLI, (1981) op. cit.
21. \_\_\_\_\_, (1982) op. cit.
22. PRADO, J.R. TV quem vê quem. Citado em SAMPAIO, M.F. História do rádio e da televisão no Brasil e no mundo (memórias de um pioneiro). Rio de Janeiro, Achiamê. p. 81
24. SILVA, op. cit. p. 168
25. SILVA, C. E. L. Muito além do Jardim Botânico. São Paulo, Summus, 1985.
26. MELO, J. M. (org.) Comunicação e transição democrática. Porto Alegre, Mercado Aberto, 1985. p. 6
27. HERZ, D. O controle técnico e legal. In: Melo (org.) op. cit. p. 80
28. \_\_\_\_\_, op. cit. p. 83

29. CAPARELLI, S. Autoritarismo e meios de comunicação no Cone Sul. In: MELO, (org.) op. cit. p. 234-245
30. MATTOS, S. O controle econômico. In: MELO, (org.) op. cit. p. 62-79
31. FARO, J.S., FILHO, L.L., MELO, J.M. & SILVA, C.E.L. Estado, sociedade civil e meios de comunicação no Brasil. In: MELO, (org.) op. cit. p. 15
32. OLIVEN, R.J. Industrialização, urbanização e meios de comunicação de massa. In: MELO, (Org.) op. cit. pp. 30-45
33. CARDOSO, R. Sociedade civil e meios de comunicação no Brasil. In: MELO, (org.) op. cit. pp. 118-128
34. SA, N. Eleitorado se informa sobre eleição na TV. In: Folha de São Paulo de 27 de agosto de 1989. Caderno de Diretas-89, p. B-8: "A TV é o principal meio de informação sobre a campanha para todas as faixas de renda: 66% entre os que ganham até dois salários mínimos; 78% entre os de dois a cinco SM; e 71% entre os de mais de 5 SM..."
35. COMPARATO, F. K. Para viver a democracia. São Paulo, Brasiliense, 1989
36. MELO, J.M. Comunicação: direito à informação. Campinas, Papyrus, 1986
37. HERZ, D. História Secreta da Rede Globo. Porto Alegre, Tchê, 1987
38. MELO, (1986) op. cit. p. 28
39. \_\_\_\_\_, p. 29
40. HERZ, (1987) op. cit. p. 224

41. As tentativas de se utilizar a Teoria da Dependência para pensar os meios de comunicação de massa no Terceiro Mundo foram criticadas, entre outros, por SARTI, I. A. In: WERTHEIN (org.) op. cit. pp. 239-245: "... postulando suas críticas os teóricos da "dependência cultural" propõem soluções orientadas para a implementação de práticas do tipo "nacionalistas", isto é, aquelas que defendam a integridade latino-americana contra a agressão imperialista". E, mais adiante: "Como não se considera o papel da classe dominante em cada sociedade dependente na produção de ideologias, atribuiu-se ao "inimigo externo" toda a malevolência do agressor em contraposição à apatia do receptor. Aponta-se a natureza "passiva" dos países ou "povos" dependentes de meros receptores do processo ideológico, sem jamais se considerar a possibilidade de resposta por parte dos "oprimidos". Esta crítica foi retomada e aprofundada por ORTIZ, R. A moderna tradição brasileira. São Paulo, Brasiliense, 1988, pp. 187-191
42. ORTIZ, op. cit.
43. BORELLI, S.H.; ORTIZ, R. & RAMOS, J.M.O. Telenovela: história e produção. São Paulo, Brasiliense, 1989.
44. MATTELART, A & MATTELART, M. O carnaval das imagens: a ficção na TV. São Paulo, Brasiliense, 1989
45. ORTIZ, op. cit. p. 117
46. MATTELART & MATTELART, op. cit. p. 52

## 2. AS ESPECIFICIDADES DA RADIODIFUSÃO

### 2.1 INTRODUÇÃO

Antes de iniciarmos a discussão sobre a relação entre o Estado e o mercado na radiodifusão, do ponto de vista da Ciência Política e da História, julgo ser conveniente trazer certos elementos extraídos de algumas das outras disciplinas que tratam do assunto. Refiro-me à física, à engenharia e ao direito. Mais especificamente ao eletromagnetismo, à engenharia de telecomunicações e ao direito internacional aplicado às telecomunicações. A importância destes comentários reside no fato de que as citadas disciplinas foram, nesta ordem, as primeiras a se ocuparem dos problemas políticos, econômicos e sociais decorrentes da implantação

dos meios de comunicação eletrônicos.

Contudo, não é apenas em consideração ao pioneirismo destas disciplinas no trato daqueles problemas que delas irei me ocupar inicialmente. O que estou buscando não é exatamente fazer uma homenagem àquele pioneirismo, ou mesmo uma contraposição dos discursos enunciados pelas ciências físicas, exatas e pelo Direito, à uma interpretação que se filie às ciências humanas. O que pretendo é trazer algumas informações que nos ajudem a demarcar o terreno, delimitar o campo, enfim, que possibilitem especificar o espaço no qual se dará a discussão. E foi no intuito de definir com clareza o problema do qual estou tratando que, afinal, optei por fazer uma breve digressão preliminar, na qual as citadas disciplinas ocupam o lugar central. Mesmo porque, minha experiência com o assunto convenceu-me de que, somente com um mínimo de familiaridade com o universo da física, da engenharia e do direito, é possível se compreender adequadamente as questões relacionadas à radiodifusão.

## 2.2 CONSIDERAÇÕES SOBRE O ELETROMAGNETISMO

Desde o século XVIII, já se tinha conhecimento da existência e de determinadas propriedades da eletricidade e do magnetismo. Contudo, ainda não se vislumbrava qualquer possibilidade dos fenômenos elétricos e magnéticos estarem, de alguma forma, associados entre si. Foi somente no início do século seguinte que se conseguiu, através de experiências, provar que, quando uma corrente de energia elétrica passava ao longo de um fio metálico, se formava um campo magnético associado a ela. Durante toda a primeira metade da década de 1820 o físico francês André-Marie Ampère realizou importantes experimentos com ímãs e eletricidade. Tais experiências tornaram mais claros os efeitos das correntes elétricas sobre os ímãs, assim como da ação dos ímãs sobre a eletricidade. O trabalho realizado pelo químico inglês Michael Faraday a partir de 1825 também caminhava neste sentido. Mas Faraday foi mais longe ao defender a idéia de que, se a eletricidade que corria por um fio metálico

produzia efeitos magnéticos, então o inverso também deveria ser verdadeiro. Isto é, um determinado efeito magnético deveria produzir uma corrente elétrica. Através de diversos experimentos, Faraday provou que os ímãs tinham a capacidade de, por si sós, induzir uma corrente elétrica resultando, segundo suas próprias palavras, "numa conversão direta de magnetismo em eletricidade". 1

As descobertas de Faraday possibilitariam o surgimento de inúmeros resultados de ordem prática, dentre os quais se incluem a maior parte das facilidades e confortos inerentes à vida moderna. Também colocaram uma importante questão: a da ação à distância. Afinal, como é que a eletricidade e o magnetismo se afetavam um ao outro no espaço vazio?

Foi o próprio Faraday que, baseado em suas experiências, propôs um primeiro modelo interpretativo para a questão. Coube a ele desenvolver a idéia de campo magnético. Ele imaginou a existência de linhas de força magnéticas que atuavam no interior de um determinado campo e que, tais linhas seriam tão mais próximas quanto mais forte fosse o campo magnético. As linhas tenderiam também a se



encurtar e a se repelir mutuamente. Ao mesmo tempo em que afirmava que o espaço deveria estar cheio destas linhas, ele defendia a hipótese de que, talvez, a luz e o calor fossem vibrações que viajavam ao longo delas.

Todavia, tais afirmações permaneceriam hipóteses, enquanto não se desenvolvesse uma análise matemática completa que se propusesse a expressar o comportamento da corrente elétrica e do campo magnético a ela associado. A tarefa de desenvolver uma tal análise coube ao físico e matemático escocês James Clark Maxwell. Os resultados do seu trabalho aparecem sistematizados na obra intitulada "Tratado sobre eletricidade e magnetismo", publicada em 1873. Um dos principais aspectos ali abordados diz respeito à semelhança entre as equações desenvolvidas por Maxwell para interpretar o comportamento das correntes elétricas e de seus respectivos campos magnéticos e, àquelas já existentes que expressavam o comportamento das ondas de luz. Afinal, um pouco antes, já havia sido aceita uma teoria ondulatória da luz. Assim, Maxwell demonstrou que a luz deveria ser algum tipo de onda eletromagnética e que, de maneira similar, mas inversa, as ondas

eletromagnéticas deveriam estar sujeitas à todos os fenômenos que se verificavam experimentalmente na luz, dentre os quais, a reflexão e a refração. Mais ainda, o resultado dos seus cálculos colocava a possibilidade, bastante plausível, da existência de radiações com comprimentos de onda maiores do que os da luz visível.<sup>2</sup>

Seria o físico alemão Heinrich Hertz o primeiro a comprovar, experimentalmente, a existência de ondas eletromagnéticas, o que veio a ocorrer em 1888. Apesar de imperceptíveis visualmente, as ondas geradas por Hertz podiam ser detectadas eletricamente. Mais ainda, elas podiam ser transmitidas e refletidas. Ou seja, Hertz tinha descoberto aquilo que mais tarde seria conhecido como as ondas de rádio. Mas não se pode perder de vista o fato de que a existência de tais ondas de rádio, ondas estas que possuíam um comprimento dez mil vezes maior do que as de luz e, como esta, sujeitas à reflexão e refração, já havia sido prevista por Maxwell.<sup>3</sup>

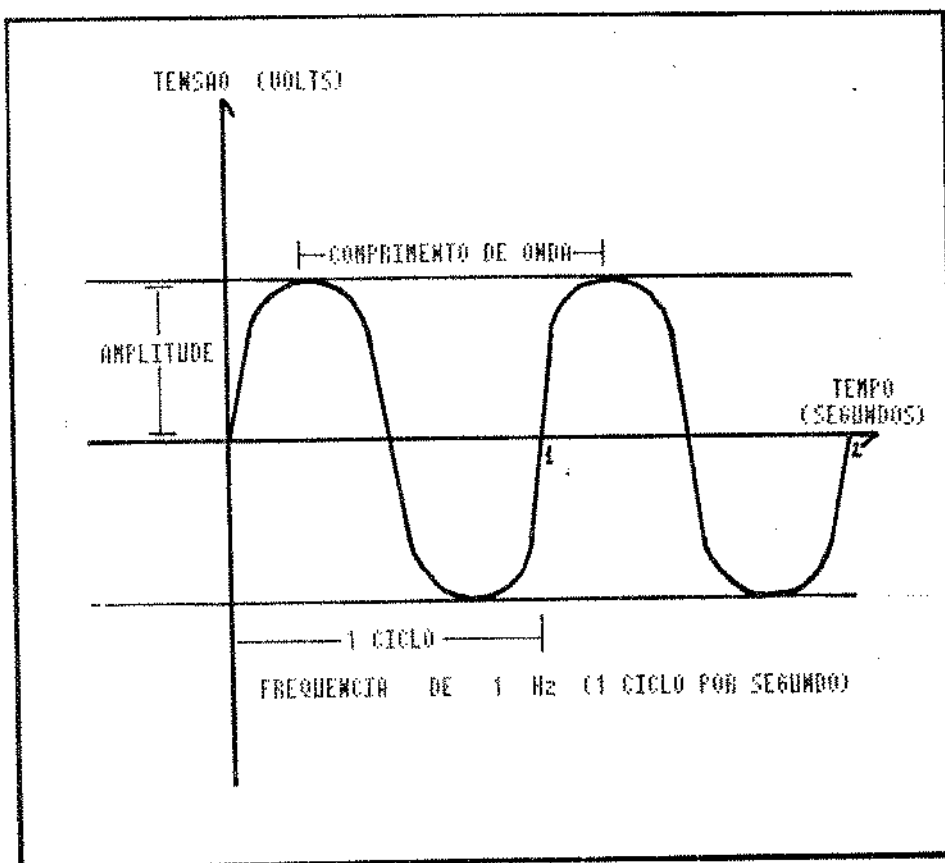
Mas nem Maxwell nem Hertz viveram o suficiente para propor alguma finalidade prática para a utilização das ondas eletromagnéticas

longas, que também viriam a ser chamadas de "herzianas". O italiano Ghilhermo Marconi é que iria desenvolver em 1896 um equipamento capaz de gerar, transmitir e captar tais ondas permitindo, conseqüentemente, o envio de sinais. Os sinais com os quais trabalhava o equipamento de Marconi possibilitaram a troca de mensagens cifradas em Código Morse que, aliás, já era utilizado nos telégrafos convencionais. Talvez por isso, o primeiro nome dado ao equipamento de Marconi tenha sido "telégrafo-sem-fio" uma vez que, assim, ficava marcada sua diferença para com a telegrafia original ("com-fio"). 4

Hertz acabaria emprestando seu nome não apenas para aqueles tipos de onda, mas também para a unidade de medida da sua principal característica: a frequência. Afinal, uma onda - entendida enquanto um fenômeno periódico no qual ocorre o transporte de energia - caracteriza-se pela velocidade do transporte daquela energia, pela frequência do fenômeno periódico e pela sua amplitude. Vale a pena nos determos no exame destas características, uma vez que foi, principalmente, em função delas que foi decidida, ao longo de todo este século, a repartição das diversas ondas para uso - exclusivo - de

determinados serviços de telecomunicação.

As ondas hertzianas se movem à velocidade da luz. Tal é, pois, a velocidade com que elas transportam energia através do espaço. Por frequência entendemos o número de oscilações que um sistema oscilante efetua numa dada unidade de tempo. No caso das ondas de rádio, a frequência é medida em "Hertz". Cada Hertz equivale a um ciclo por segundo. Já a amplitude é medida pelo máximo afastamento das partículas do meio em relação àquilo que se imagina ser sua posição de equilíbrio. Uma onda eletromagnética, com suas três características principais, pode ser representada pela figura abaixo:



Nesta representação gráfica estão presentes os três parâmetros que caracterizam um onda eletromagnética. Destas nos interessam particularmente duas: o comprimento de onda e a frequência. O comprimento de onda é dado pela seguinte fórmula:

$$\text{Comprimento de onda } (\lambda) = \frac{300}{f \text{ (MHz)}}$$

Onde, 300 é uma constante que guarda relação com a velocidade da luz e, "f" a frequência da onda, dada em megaHertz, isto, um milhão de ciclos por segundo. Desta fórmula se conclui que, quanto mais alta for a frequência, tanto menor será o seu comprimento de onda. E isto tem importantes implicações em se tratando de determinar qual frequência irá servir melhor para cada modalidade de comunicação. 5

Vou tomar como exemplo as frequências utilizadas nos primitivos aparelhos de Guilherme Marconi no início deste século. Tais "telégrafos-sem-fio" operavam, como vimos, em Código Morse, isto é, destinavam-se a transmitir pontos e traços, os quais são a base do código visando, principalmente, a comunicação entre navios e, destes com os seus portos. Estes aparelhos usavam duas faixas de frequências de onda: a compreendida entre 10 e 200 kHz (quiloHertz ou, mil ciclos por segundo) e, algum tempo mais tarde, a que vai de 200 a 500 kHz. Por enquanto fiquemos com as frequências mais antigas. Se lançarmos mão daquela fórmula, concluimos que a operação na frequência de 10 kHz resultava na geração de uma onda com 30 quilômetros de comprimento e, no outro extremo, a de 200 kHz,

numa onda de 1,5 quilômetros. Agora imaginemos nosso operador de "telégrafo sem fio" transmitindo seus "ponto-traço-ponto-traço..." nestas frequências. A onda que ele gera, de comprimento superior a um quilômetro, se propaga à velocidade da luz, predominantemente de forma paralela ao solo. No trajeto, ela vai sendo absorvida por todos os meios não-elásticos (nos quais a onda é absorvida ou refletida) por exemplo, as montanhas e as estruturas dos edifícios, além de dissipada pelo atrito com a atmosfera e pelas outras cargas elétricas naturais (por exemplo, as das nuvens). Ora, independentemente de todos estes fatores naturais adversos, da pouca potência do equipamento utilizado - sem falar na sua baixa confiabilidade - ainda assim, esta onda, dado o seu enorme comprimento, é a que tem a maior probabilidade de atravessar vastíssimas distâncias. No caso do nosso operador, ela poderia, sem grande dificuldade, levar seu sinal de socorro (o famoso "S.O.S" que significa em inglês "save our souls") de, digamos, do meio do Oceano Atlântico à estação de radiotelegrafia marítima que foi instalada na cidade do Recife por volta de 1906. Naquela época, já havia se destinado a frequência de 143 kHz para

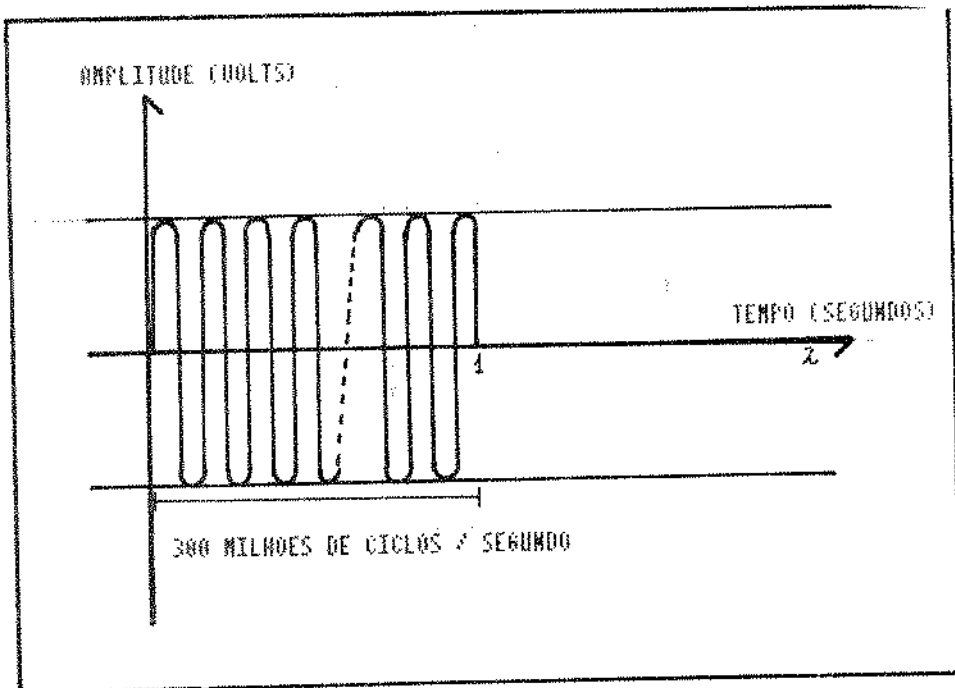
irradiação de tais mensagens. Logo, ao operar nesta faixa, ele estaria gerando uma onda de 2.097 metros de comprimento.

Inversamente, mas da mesma maneira, funcionam as ondas geradas por uma moderna estação de rádio FM; por exemplo, uma emissora que opere na frequência de 90,1 MHz. Tal estação irá gerar ondas de comprimento pouco superior a 3 metros! Uma onda tão pequena é facilmente absorvida ou dissipada pelos elementos ambientais adversos. Assim, não só a moderna estação de FM tem um alcance muito mais reduzido do que uma primitiva estação de radiotelegrafia marítima, como também a rádio FM se obriga a transmitir numa potência várias e várias vezes superior àquela disponível pelo nosso radiotelegrafista em apuros.

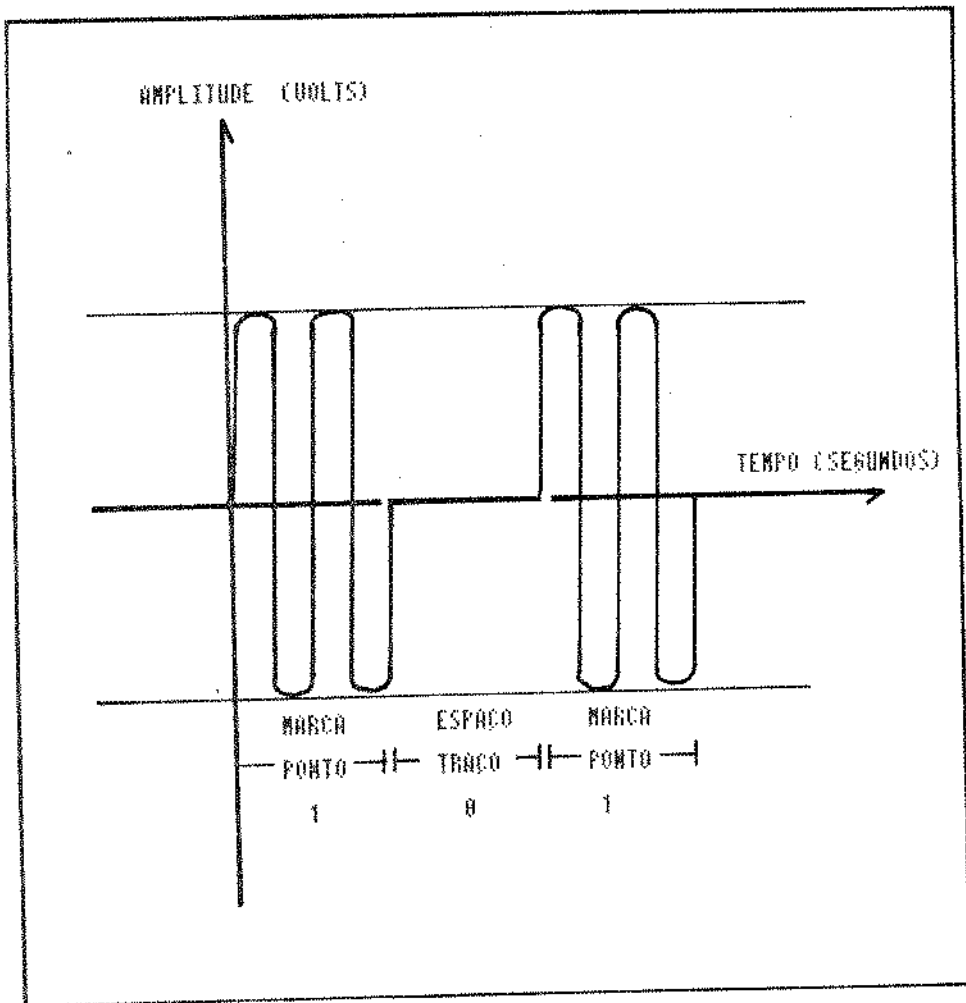
Tal é a relação que devemos reter, por ora, entre frequência da onda eletromagnética, seu comprimento e seu alcance. Quanto mais alta for a frequência, menor será o comprimento de sua onda e, conseqüentemente, menor será o seu alcance. Quanto mais baixa for a frequência, maior será o comprimento de sua onda e, em função disso, maior será o seu alcance.



Um outro fator decisivo na alocação de faixas de ondas eletromagnéticas para cada serviço de telecomunicação é a amplitude de onda. Uma vez que a propagação da onda se dá a uma velocidade constante, então quanto mais alta for a frequência, tanto menor será a amplitude e, maior será a quantidade de energia transportada pela onda. E, neste caso, quantidade de energia diz respeito ao volume de informação que pode ser transmitido. Uma onda de frequência bastante alta, digamos, de 300 MHz, utilizada para a transmissão de ligações telefônicas pelo rádio, poderia ser representada assim:



Inversamente, quanto mais baixa for a frequência, tanto maior será a amplitude e, em função disso, menor será a quantidade de energia transportada. Para exemplificar, podemos representar a mensagem transportada pelas ondas geradas pelo nosso radiotelegrafista marítimo:



Assim, se cada canal de transmissão da EMBRATEL pode completar centenas e centenas de ligações telefônicas, por exemplo, entre São Paulo e Manaus, pelas suas estações operando em frequências ultra-altas (da sigla internacional UHF - Ultra High Frequency) o nosso afluente radiotelegrafista só pode mesmo enviar sinais codificados em traços e pontos, e nada mais. Por outro lado, seu sinal será recebido por estações situadas a milhares de quilômetros, ao passo que as transmissões de telefonia da EMBRATEL irão necessitar, para cobrir distância equivalente, de uma série de estações ditas repetidoras. Tais estações recebem o sinal enviado pela central telefônica, o revigoram e, simultaneamente, o enviam a uma próxima estação repetidora. Como o alcance do sinal em UHF se limita a uns 40 ou 50 quilômetros, a EMBRATEL se viu obrigada a construir uma série de estações repetidoras (ditos "troncos") entre as principais cidades e capitais brasileiras, para que as transmissões da telefonia pública fossem efetivadas com um mínimo de segurança.

Encerrando este breve, mas fundamental, passeio pela física, iremos resumir as principais implicações das características das

ondas hertzianas: quanto mais alta a frequência utilizada, menor o alcance e, maior a quantidade de informação que pode ser transportada. Quanto mais baixa a frequência, maior o alcance, porém, menor o volume de informação transportado.

### 2.3 O DIREITO DE COMUNICAÇÕES

Cabe lembrar que tamanha variedade de frequências, com toda uma gama de combinações possíveis entre alcance e capacidade de informação, não se tornou disponível da noite para o dia mas, foram sendo "descobertas" à medida em que iam sendo encontradas novas utilidades para as ondas hertzianas. Quanto mais se ampliava o espectro de ondas utilizadas, mais e mais se colocava a necessidade de se disciplinar o seu uso, ordenando específicas determinadas faixas de onda para cada serviço de telecomunicações.

Tal disciplinarização remonta, aliás, aos tempos do próprio telégrafo (o "com-fio"). Tanto o invento de Graham Bell,

quanto o de Marconi, ao ganharem dimensão de meio de comunicação internacional, colocaram a necessidade de algum tipo de jurisprudência que regulamentasse o tráfego de informação telegráfica através de várias unidades territoriais distintas. E aí que surge o direito de telecomunicações.

O telégrafo é colocado à disposição do público europeu em 1848. Já em 1849 é assinado o primeiro tratado internacional de telecomunicações entre a Prússia e a Austria ao qual aderiram, em seguida, a Saxônia e a Baviera. Em 1850 surge a União Telegráfica Austró-Alemã, englobando todos os países de língua alemã e, mais tarde, a Holanda. A partir daí, vários acordos são celebrados entre diferentes países que compartilham uma mesma linha ou um cabo submarino telegráfico. Finalmente, em 1865 é criada a União Telegráfica Internacional, que viria a englobar quase todos os países do mundo e que se destinava, primordialmente, a garantir que as linhas telegráficas transpusessem sem problemas todas as fronteiras do planeta. O Brasil aderiu a esta organização em 1877. 6

Tão logo a telegrafia-sem-fio tornou-se operacional foram colocadas as mesmas questões que diziam respeito ao telégrafo, qual sejam, a transposição de fronteiras e a transmissão de conteúdos. Além destes, surge um problema inédito: a alocação de frequências de operação, com a finalidade de evitar interferências. Afinal, se era impossível que várias mensagens telegráficas ocupassem a mesma linha, o mesmo não acontecia com o rádio, onde muitos operadores irradiavam suas mensagens através de um número muito reduzido de frequências conhecidas.

O número de operadores era elevado porque, mesmo naquela época, era facilimo construir e manter uma estação de radiotelegrafia. Como vimos, o imenso comprimento de onda utilizado possibilitava o envio de mensagens em Código Morse a enormes distâncias, com confiabilidade e um mínimo de potência. Assim, empresas de navegação, forças armadas, firmas comerciais, bancárias e industriais, fazendeiros, cidadãos comuns ou simples curiosos, todos se lançaram à prática da utilização cotidiana do "sem-fio" para transmissão e recepção de toda sorte de mensagens.

E foi o aumento desmedido de estações de radiotelegrafia, bem como o intenso tráfego de mensagens internacionais que, por volta do início do século, tornaram necessário impor alguma disciplina na utilização das frequências hertzianas. Tal foi o objetivo da Primeira Conferência Mundial de Radiocomunicações, realizada em Berlim em 1906. Desta conferência surgiu o primeiro regulamento internacional de comunicação por rádio onde, entre outras coisas, se disciplinava a operação dos serviços de radiotelegrafia marítima.

Foi graças a este regulamento que o nosso aflito operador de "telégrafo-sem-fio" conseguiu, afinal, ser ouvido pela estação de radiotelegrafia do Recife. Afinal, naquele regulamento se estabeleceu que a frequência de 143 kHz seria privativa do sinal de S.O.S. proibindo-se, conseqüentemente, sua utilização para outros fins. Pois de nada adiantaria o nosso radiotelegrafista transmitir um sinal com o alcance necessário, se o seu destinatário estivesse com o aparelho receptor "embaralhado" por uma multiplicidade de mensagens comerciais, bancárias ou particulares. Também em virtude destes acordos se estabeleceu que as frequências

entre 10 KHz e 200 KHz seriam utilizadas para comunicações a longa distância e, aquelas entre 200 KHz e 500 KHz para médias distâncias. Até esta última faixa, as frequências não eram suficientemente altas para conseguirem transmitir voz ou música. Destinavam-se, pois, apenas à radiotelegrafia e aos serviços de radiofarol.

Logo em seguida, no início da década de 1920, surge a radiodifusão sonora, operando inicialmente em frequências abaixo de 1500 KHz. Surgem também, os primeiros radioamadores, isto é, cidadãos comuns que irradiam e recebem sinais da voz humana através das ondas de rádio. Também os militares e as empresas comerciais passaram a "falar no rádio". Portanto, nesta época, o problema da interferência nas transmissões de rádio é recolocado, desta feita de forma bem mais incisiva. O resultado de um novo surto de interferências prejudiciais foi a convocação de uma Convenção Radiotelegráfica Internacional, realizada em Washington em 1927, contando com a presença de 400 delegados representando 55 países e 23 domínios ou colônias. Pela primeira vez elaborou-se um plano de distribuição de frequências, atribuindo-se faixas de onda a



todos os serviços de comunicação até então disponíveis - inclusive a radiodifusão. Além disso, dividiu-se o mundo em diferentes regiões, repartindo-se o espectro de ondas eletromagnéticas entre os vários países. O grande mérito deste encontro foi ter dado as condições para se evitar interferências de outras estações naqueles serviços tidos como essenciais ou de interesse público. Naquela época tais estações inoportunas eram chamadas de "parasitas". O estágio de desenvolvimento tecnológico alcançado possibilitou a alocação de frequências entre 10 kHz e 200 MHz (um megaHertz - MHz - equivale a 1.000 kHz).

Em 1932, durante um encontro em Madri, decidiu-se transformar a União Telegráfica Internacional na atual União Internacional de Telecomunicações - UIT. Pela primeira vez se destinaram faixas específicas para os serviços de rádio e... televisão! Mas o progresso técnico aplicado às radiocomunicações só iria mostrar sua real dimensão durante e após a Segunda Guerra Mundial (1939-1945). A partir deste período se desenvolvem os radares (na faixa de 300 MHz a 3000 MHz), a televisão e o rádio em frequência modulada (30 MHz a 300 MHz). Estes

novos usos, ao lado das antigas formas de radiocomunicação que eram utilizadas colocaram uma vez mais e, talvez de maneira dramática, a necessidade de um novo ciclo de conferências destinadas a firmar os necessários convênios internacionais que disciplinassem a utilização de todas estas modalidades de telecomunicação.

O resultado foram as duas Conferências realizadas pela UIT em Atlantic City (EUA) no ano de 1947. Delas resultou uma distribuição de frequências para os diversos serviços que, com pequenas modificações realizadas em 1953, subsiste até os nossos dias. O espectro de ondas foi assim classificado e dividido:

- a) Frequências muito baixas (ondas miriamétricas) - 3 kHz a 30 kHz (VLF - Very Low Frequency): utilizada na observação de fenômenos atmosféricos e estações costeiras de radiotelegrafia.
- b) Frequências baixas (ondas quilométricas) - 30 kHz a 300 kHz (LF - Low Frequency), onde 1 kHz equivale a 1.000 Hz: utilizada para radionavegação marítima, radiolocalização e radiofarol, etc.

- c) Frequências médias (ondas hectométricas) - 300 kHz a 3.000 kHz (MF Medium Frequency): utilizada para radionavegação marítima e aeronáutica, radiolocalização, radiodifusão sonora (Onda Média e Onda Tropical), radioamadores, radioastronomia, aviões e navios, etc.
- d) Frequências altas (ondas decamétricas) - 3 MHz a 30 MHz (HF - High Frequency), onde 1 MHz equivale a 1.000 Hz: utilizada em radiodifusão sonora (Onda Tropical e Ondas Curtas), aviões e navios, radioamadores, radiocomunicação privada, auxílio à meteorologia, espacial (terra-espaço), etc.
- e) Frequências muito altas (ondas métricas) - 30 MHz a 300 MHz (VHF - Very High Frequency): utilizada na radiocomunicação privada, radionavegação aeronáutica, radiotelefonia pública, radiodifusão sonora (Frequência Modulada) e de sons e imagens (Televisão), espacial (terra-espaço), etc.
- f) Frequências ultra-altas (ondas decimétricas) - 300 MHz a 3.000 MHz (UHF - Ultra High Frequency): utilizada para radionavegação aeronáutica (pouso com instrumentos), auxílio à meteorologia, radioastronomia, radioamador, radiodifusão de sons e imagens (Televisão), radar, telemetria, radio-sonda, radiotelefonia pública, repetição de sinal de televisão, etc.
- g) Frequências super-altas (ondas centimétricas) - 3 GHz a 30 GHz (SHF - Super High Frequency), onde 1 GHz equivale a 1.000 MHz: utilizada para radiolocalização, radiotelefonia pública, satélite-estação terrestre, radionavegação e comunicação espacial (terra-espaço), etc.

h) Frequências extra-altas (ondas milimétricas) - 30 GHz a 300 GHz (EHF - Extremely High Frequency): espacial e terra-espço, radiolocalização (utilização desta faixa ainda em fase experimental). 7

No exame destas faixas de onda, com as frequências que cada uma abrange e a utilização que delas se faz, fica ainda mais evidente a relação entre altura da frequência e capacidade de informação que apontamos acima. Se nas frequências baixas e muito baixas só se pode utilizar radiotelegrafia, nas frequências médias e altas já é possível se transmitir voz e música. Já nas frequências muito altas, pode-se transmitir imagens, bem como uma música de melhor qualidade. Subindo ainda mais, a faixa de frequências seguinte possibilita transmitir imagens e uma série de canais telefônicos. A carga de informação transportada continua, daí para adiante, a subir em proporções crescentes.

Vai caindo, porém, o alcance, o que obriga as estações a se utilizarem de potências cada vez maiores para fazer com que as minúsculas ondas consigam superar as adversidades do meio ambiente.

## 2.4 A ENGENHARIA DE TELECOMUNICAÇÕES

Se a Física descobriu as ondas hertzianas e, ao longo do tempo, desenvolveu diferentes aplicações para elas, ao direito de telecomunicações coube disciplinar a utilização do espectro de ondas hertzianas e, especificar quais serviços deveriam se utilizar de determinadas faixas de onda. Porém, a introdução de novos meios de comunicação, a "descoberta" de novas frequências de onda e, a realização periódica de Congressos Internacionais de Radiocomunicação não esgotam, por si sós, o entendimento da administração do espectro radioelétrico. Uma vez definidas as faixas de operação para cada serviço existente e, para aqueles que ainda estão por vir, faz-se necessário que alguns especialistas se ocupem, no interior de cada país, de cada região, da administração cotidiana, do dia-a-dia das comunicações eletrônicas, a fim de que, respeitando-se os acordos internacionais, cada país explore a parte do espectro de frequências que lhe cabe com o máximo de economia e

segurança. Tal é a incumbência da engenharia. Mais especificamente, da engenharia de telecomunicações.

Compete à esta disciplina equacionar a convivência, num dado espaço geográfico, da multiplicidade de estações que se utilizam das ondas hertzianas. Isto é, ela deve, atendo-se às normas estabelecidas internacionalmente definir, por exemplo, quantas estações de rádio e televisão podem operar simultaneamente, digamos, numa mesma cidade ou município. Vejamos como a engenharia trata deste problema no que diz respeito ao rádio e televisão; por exemplo, quanto às estações de rádio que operam em Frequência Modulada (FM) e às estações de televisão nos canais de 2 a 13. Como vimos, as frequências entre 30 MHz e 300 MHz foram destinadas, pelas convenções da UIT, para utilização - entre outros - dos serviços de televisão e rádio FM. Mas como isso se dá na prática? Nesta altura é interessante o leitor dar uma olhada nos aparelhos de rádio e televisão mais próximos. O seletor de canais de um aparelho de televisão compreende, nos modelos mais antigos, desde o canal 2 até o canal 13. Quando selecionamos um destes canais, nada mais

estamos fazendo do que sintonizar a faixa de onda na qual está operando a estação. Por exemplo, o canal dois opera numa faixa de onda situada entre 54 e 60 megaHertz. O canal três, entre 60 e 66 megaHertz, o quatro entre 66 e 72 megaHertz, o cinco entre 76 e 82 megaHertz e, o seis, entre 82 e 88 megahertz.8

Mas, ao contrário do que pode parecer, o intervalo seguinte não é ocupado pelo canal sete, mas sim pelas estações de rádio FM, cujas faixas começam em 88 megaHertz e se estendem até 108 MHz. Já o canal oito de televisão ocupa a faixa dos 180 a 186 megaHertz e, assim sucessivamente até o canal 13, o qual ocupa a faixa dos 210 a 216 megaHertz. Nos aparelhos receptores de TV mais modernos, já é possível se sintonizar diretamente a faixa seguinte de canais de televisão, transmitindo em UHF. Esta faixa de onda, como vimos, foi destinada aos serviços de repetição de TV, isto é, para as estações repetidoras do sinal de televisão enviado pelas estações geradoras. Estações geradoras de televisão são aquelas que geram, isto é, produzem e irradiam efetivamente, programas televisivos. Já as repetidoras, como o próprio nome indica, apenas repetem a

programação enviada pelas suas respectivas geradoras, ampliando consideravelmente o alcance de um sinal que, como vimos, é sempre limitado. Mas, é perfeitamente possível - e legal - se instalar geradoras de televisão em UHF e repetidoras de TV em VHF. Este assunto será discutido pormenorizadamente mais adiante. Independentemente do fato de ser geradora ou repetidora, uma estação de TV operando no canal catorze, estará se utilizando da faixa que vai de 470 a 476 megHertz, a do canal quinze, entre 476 e 482 MHz e, assim sucessivamente até o último canal de TV disponível, que é o de número 83, operando entre 884 e 890 megahertz. O intervalo verificado entre o canal 13 e o 14 é ocupado por toda uma diversidade de serviços que inclui, entre outros, a radiocomunicação comercial fixa e móvel, os radioamadores e a navegação aeronáutica. 9

Considerando fatores como a topografia do terreno, potência das emissoras já instaladas - e daquelas que ainda estão por vir - e, é claro, a frequência de operação de cada uma delas, entre outros, o engenheiro de telecomunicações tem condições de planejar quantas estações de rádio e televisão cabem numa



cidade, sem que hajam interferências mútuas, de umas nas outras e com aquelas situadas nas cidades vizinhas. Seria possível se instalar duas emissoras de rádio FM operando na mesma frequência a menos de 100 quilômetros uma da outra? Em princípio não, pois restaria uma vasta região, situada entre as duas estações, sujeita a receber sinais de ambas na mesma frequência o que resultaria, no limite, na impossibilidade de se sintonizar qualquer uma delas ou, no mínimo, numa audição extremamente desconfortável. Porém, dependendo da potência utilizada, bem como dos obstáculos naturais existentes entre ambas, a convivência mútua é possível. Tal é o caso de duas emissoras operando na faixa dos 90.1 MHz, uma situada em Paranaguá (litoral do Paraná) e, a outra em Curitiba. Apesar da pouca distância, não se verificam interferências, uma vez que, entre elas, encontra-se um obstáculo natural que as ondas hertzianas dificilmente conseguiriam ultrapassar: a Serra do Mar.

Os padrões e normas utilizados pelo engenheiro brasileiro que recomendou a instalação daquelas duas estações tem validade internacional. Tais padrões foram definidos com base nas leis físicas, e são utilizados por

todos os países do mundo. Assim, sem sombra de dúvida, seus cálculos, projeções e estudos, seriam referendados tanto por um engenheiro chinês, quanto por um soviético ou norte-americano. 10

## 2.5 CONCLUSÃO

A radiodifusão difere completamente de todos os outros ramos de atividade econômica. Tal especificidade não se dá só em função do seu caráter público, isto é, do fato do serviço de radiodifusão potencialmente abarcar e envolver, com a transmissão de seus conteúdos, toda a coletividade. Na constituição desta especificidade jogam um papel central os problemas relacionados com a administração, à nível mundial, do veículo dos conteúdos do rádio e da televisão: as ondas hertzianas e suas determinantes físicas.

Contudo, se a administração do espectro radioelétrico baseia-se em leis físicas e, tem validade universal, o mesmo não se pode dizer quanto à sua destinação. Praticamente cada país

desenvolveu a sua própria maneira de explorar as ondas de rádio. E é justamente destas diversas formas de administração dos serviços radiotelevisivos, e das suas mudanças ao longo do tempo, que iremos nos ocupar no próximo capítulo.

## Notas do Segundo Capítulo

1. RONAN, C. A. História Ilustrada da Ciência da Universidade de Cambridge. Vol. IV. São Paulo, Circulo do Livro S.A.
2. \_\_\_\_\_, p. 51
3. \_\_\_\_\_, p. 52
4. SAMPAIO, M.F. História do rádio e da televisão no Brasil e no mundo (memórias de um pioneiro). Rio de Janeiro, Achiamê, 1984, p. 43
5. VAN VALKENBURG, N. Eletrônica básica do estado sólido. Rio de Janeiro, Ao livro técnico, 1985, pp. 1-15
6. VIANNA, G. **Direito de Telecomunicações**. Rio de Janeiro, Editora Rio Ltda, 1980, especialmente o capítulo I.
7. BRASIL, Ministério das Comunicações, Anuário 1984, Brasília, 1984. pp. 238 e 239
8. A esse respeito ver: BRASIL, op. cit. pp. 238 e 239 e Valkenburg, op. cit. p. 154
9. INTERNACIONAL TELEPHONE AND TELEGRAPH CORPORATION. **Reference data for radio engineers**. New York, American Book, 1962, pp. 10-11 e 787
10. Ilustrativo da universalidade das normas e padrões é o volume de livros norte-americanos de engenharia de telecomunicações que foram, durante muitos anos, utilizados por engenheiros de todo o mundo, inclusive do Brasil. Por exemplo: "**Rules governing radio broadcasting services**". January 1956, Federal Communications Commission, Washington, D.C.

### 3. A REGULAMENTAÇÃO DA ATIVIDADE RADIOTELEVISIVA: UM MARCO HISTÓRICO COMPARATIVO

#### 3.1 INTRODUÇÃO

Este capítulo expõe a constituição histórica das duas principais formas de organização da exploração dos serviços de rádio e televisão: os modelos norte-americano e europeu. A esse respeito gostaria de fazer algumas observações. Por "modelo" estou me referindo, por um lado, à representação simplificada de um fenômeno, qual seja, o da organização de diferentes formas de se executar os serviços de rádio e televisão.

Embora cada país tenha desenvolvido o seu "modelo" de exploração daqueles serviços, cada um com suas especificidades, não se pode deixar de notar que as soluções implementadas nos dois lados

do Atlântico Norte se constituíram em referências para todo o mundo, em função das quais os outros países se orientaram. Aqui cabe uma segunda dimensão da palavra "modelo": o de exemplo a ser seguido.

O objetivo deste capítulo é introduzir a variedade de elementos que se tornaram relevantes na definição de cada um dos modelos referidos. E também, e talvez esse seja o aspecto mais importante, mostrar que estes elementos variam conforme cada contexto nacional e cada momento histórico específico.

### 3.2 A ORGANIZAÇÃO DOS SERVIÇOS DE RADIO

Desde o início da década de 1910 realizavam-se, nos mais diversos países, experiências visando a transmissão da voz humana e de números musicais pelos aparelhos de rádio. O aperfeiçoamento dos equipamentos e a utilização de frequências cada vez mais altas permitiam, já a partir de 1913, a transmissão de programas radiofônicos na Alemanha e na Bélgica. Eram,

porém, transmissões experimentais, dirigidas a um número insignificante de aparelhos e destinadas, principalmente, a testar as potencialidades do novo meio de comunicação. 1

A Primeira Guerra Mundial (1914-1918) veio a proporcionar um extraordinário desenvolvimento dos equipamentos de comunicação, inclusive dos aparelhos de rádio. Porém, tais aparelhos serão destinados, ao longo de todo o conflito, exclusivamente às atividades militares. Conseqüentemente, as experiências com a irradiação de programas serão completamente interrompidas.

Encerradas as hostilidades retomaram-se as experiências com a transmissão de programas de rádio. Ao lado dos aficionados, amadores e entusiastas, surgiu um segundo grupo interessado na experimentação do novo meio. Tratava-se das empresas dedicadas à fabricação de aparelhos de comunicação, desejosas de se anteciparem aos seus concorrentes na descoberta das possíveis potencialidades econômicas que a radiodifusão pudesse oferecer. Neste segundo grupo, os elementos mais importantes foram aquelas empresas que já vinham se dedicando com sucesso à fabricação de aparelhos de radiocomunicação e

radiotelegrafia. Foram eles os primeiros a montarem "estações de rádio", destinadas a irradiarem programas que seriam recebidos livremente pelo público: Marconi & Co. na Inglaterra (fevereiro de 1920) e a Westinghouse Electric Co. nos EUA (outubro de 1920). 2

Num dia qualquer de 1920, um anônimo engenheiro da Westinghouse começou a transmitir, a partir de uma estação improvisada na sua própria casa, programas falados e música para toda a sua vizinhança. Tal fato, a exemplo de tantos outros já verificados, poderia ter passado em branco, como mais uma efêmera experiência de "radiomaníacos", se não fosse o interesse que despertou entre aquela população. De fato, um número cada vez maior de vizinhos se mobilizava para construir os aparelhos que lhes permitissem captar aquelas transmissões. Isso fez a Westinghouse despertar para as possibilidades que ofereciam a venda de aparelhos receptores. Isto é, desde que as emissões de programas fossem asseguradas aos futuros compradores. Foi neste intuito que aquela empresa criou, em 16 de outubro de 1920, no interior do seu complexo fabril, a primeira emissora regular de radiodifusão: a Rádio Pittsburg. 3



O funcionamento desta emissora, ao lado dos aparelhos receptores que a empresa ia lançando no mercado em quantidades crescentes, criaram as bases para a expansão deste novo ramo de atividade. Transformado quase que imediatamente em uma nova coqueluche, o aparelho de rádio ganha a aura de "luxo popular", cujo êxito ultrapassa aquele obtido pela bicicleta em 1900.4

O sucesso alcançado pela Westinghouse interessou vivamente às outras empresas dedicadas ao fabrico de equipamentos de comunicação, bem como aos entusiastas da radiocomunicação e a toda uma série de empresas comerciais, publicitárias e jornalísticas. O número de emissoras crescia a olhos vistos: em 1921 havia 32 estações e no ano seguinte 254. Paralelamente vai subindo o número de aparelhos receptores. Em 1922 a produção de aparelhos de rádio foi insuficiente para atender a demanda. Seu número, que nesta ocasião era de cem mil, salta, em 1924, para quatro milhões.

A Cia. Marconi inaugura oficialmente sua primeira emissora em Chelmsford, Inglaterra, em 23 de fevereiro de 1923, irradiando programas radiofônicos regulares. Anteriormente ela tivera

de interromper suas atividades como resultado das pressões que a Marinha de Guerra fez sobre o governo. Temiam os militares que as transmissões das estações de rádio interferissem nas comunicações essenciais à segurança do Império Britânico. Depois de prolongadas negociações a rádio conseguiu permissão para irradiar seus programas a partir de janeiro de 1922, sob certas condições... Entre tais condições figurava a interrupção obrigatória das suas irradiações, de três minutos em cada dez, a fim de que o Ministério dos Correios pudesse se certificar que estas não interferiam nas comunicações essenciais! 5

Além desta iniciativa ocorreram outras em solo europeu na mesma época. Algumas emissoras surgiram a partir de grupos de entusiastas; mas na maior parte dos casos, foram as próprias fábricas de aparelhos de rádio que fundaram e sustentaram estas primeiras estações. Na França, foi uma empresa de eletricidade - a SFR - que fundou a primeira estação do país, a Rádio Paris. A motivação do presidente da SFR, Emilio Girardeu, em lançar um tal empreendimento era a mesma da Westinghouse e da Marconi: fomentar a venda de aparelhos receptores de rádio fabricados

pela sua empresa.6

Também nos EUA os fabricantes de aparelhos receptores tiveram de enfrentar a reação negativa dos meios militares. Particularmente o exército tinha dificuldade em aceitar a exploração de parte de um espectro de frequências, ainda bastante reduzido, por empresas dedicadas à diversão e ao entretenimento popular. Influenciados pela lembrança das experiências da recente Primeira Guerra Mundial, temiam que estas estações de rádio imobilizassem parte importante das frequências disponíveis, com o risco, inclusive, de interferência nas comunicações de interesse da segurança nacional.

Apesar das reticências dos militares, as estações de rádio, fossem elas exploradas por entusiastas amadores, fossem por empresas do setor de telecomunicações, continuaram a funcionar. Contudo, a sujeição à uma determinada lógica do uso do espectro de frequências radielétricas, não era a única dificuldade enfrentada por estas primeiras estações de rádio. Ultrapassada uma fase inicial de euforia, na qual o seu crescimento em número parecia um dado permanente, colocou-se um segundo problema: a sustentação financeira das emissoras.

Mesmo nos EUA, à exceção das estações que funcionavam sob o patrocínio financeiro dos fabricantes de aparelhos receptores, todas eram de rentabilidade nula, conseguindo subsistir apenas pelo entusiasmo dos "radiomanfacos". De fato, entre março e julho de 1923 fechariam 143 estações. Na Europa, que ainda se esforçava para reparar os danos causados pela guerra e, permanentemente às voltas com uma série de crises econômicas, o problema era ainda mais sério. A falta de financiamento fez as estações entrarem em crise, levando a maioria delas a fechar. As que conseguiram sobreviver contavam com tão poucos recursos que não conseguiam mais interessar o público, falhando pois, no objetivo de gerar uma demanda de aparelhos receptores.

Os Estados Unidos foram os primeiros a propor uma solução para o difícil problema da sustentação financeira das emissoras de rádio. Discretamente, a partir de 1922, a estação WEAJ começou a contratar espaços para chamadas publicitárias de 10 minutos para uma empresa imobiliária de Long Island. Assim se deu início à venda de publicidade na mídia eletrônica. Porém, tal prática só irá se impor de forma definitiva em 1925, quando se regulamentou a

publicidade radiofônica e, quando se consegue vencer as resistências, inclusive em setores do governo, daqueles que entendiam que a radiodifusão deveria ficar à margem dos interesses comerciais, devotando-se exclusivamente ao aperfeiçoamento intelectual da população norte-americana.<sup>7</sup>

Esta solução se mostrou impraticável na Europa. E não foi só porque o Velho Continente, abalado por uma série de crises cambiais e financeiras, não conseguia gerar um volume de verbas publicitárias comparável àquele que era absorvido pelas estações de rádio norte-americanas. Na adoção de uma determinada solução para o problema da sustentação financeira das emissoras européias, estiveram presentes também importantes motivos de ordem econômica, política, estratégica, cultural e social.

O correto entendimento destes motivos exige uma breve incursão pela conjuntura histórica vivida pela Europa no período entre-guerras (1919-1938). As principais transformações vividas pelo continente no período foram a restrição do espaço democrático, a redução do seu poderio industrial e comercial, a instituição de permanentes crises sociais e

econômicas e a reformulação do papel do Estado e dos mecanismos de mercado.

Neste período, a própria geografia do continente se viu substancialmente alterada. De um reduzido número de países, sede de impérios, passou-se a quase 40 unidades políticas, como resultado da reorganização territorial imposta pelo Tratado de Versalhes (1919). 8

É a hostilidade a este e outros tratados assinados ao fim da guerra que vai dividir a Europa em dois grupos distintos e antagônicos. De um lado, as democracias liberais (Inglaterra e França), defensoras da ordem estabelecida e, de outro, os países que reivindicam uma revisão deste estado de coisas, a Alemanha, a Rússia e a Itália. De fato, os tratados impostos pelos países que detinham a hegemonia dentro do esquema de alianças militares que conseguiu, afinal, derrotar a Alemanha e a Austria-Hungria, longe de conseguirem a constituição de um sistema de relações internacionais equilibrado, instituiu uma situação de permanente desequilíbrio, acirrando os conflitos e disputas no continente.

A Alemanha, durante todo o período entre-guerras, vai buscar a sua reinserção no sistema internacional e uma revisão parcial no Tratado de Versalhes, bem como a retomada da sua primazia industrial, o que lhe permitiria conter as pressões do expansionismo francês. Já os novos países que emergem da redivisão territorial dos impérios vencidos, movidos pelo desenvolvimento do nacionalismo, pelas desconfianças e rivalidades, aplicarão uma política de retraimento, levando cada um a isolar-se de seus vizinhos. Esta política, de "nacionalismo econômico" que paralisava a circulação de mão de obra e de mercadorias, principalmente através do protecionismo tarifário, visava desenvolver nações plenamente auto-suficientes. Afinal, o último conflito havia demonstrado que os países mais capacitados a sobreviver eram aqueles que podiam prover sozinhos às suas necessidades. A Itália, que apesar de ter lutado do lado dos vencedores viu-se arruinada pela guerra e com suas pretensões territoriais não satisfeitas, desenvolve uma política semelhante à da Alemanha (revisão dos Tratados) e a destes países novos (nacionalismo econômico). \*

O complicado jogo de interesses comportava idas e vindas, permitindo toda sorte de rearranjos e alianças temporárias entre as diversas potências. Por exemplo, da Alemanha com a União Soviética contra determinadas cláusulas do Tratado de Versalhes; de alemães e franceses contra certas pretensões inglesas; de ingleses e alemães contra algumas políticas francesas, etc. Porém, em pelo menos uma coisa estas nações estavam de acordo. Em rapidamente retomar o nível de desenvolvimento econômico que lhes permitisse fazer frente à concorrência da maior potência industrial do planeta: os Estados Unidos da América. 9

De fato, o fim da Primeira Guerra Mundial é também o fim da hegemonia que a Europa detinha sobre o globo. Sua posição de domínio será imediatamente transferida aos Estados Unidos que irão deter, a partir daí, a maior parte do comércio internacional, das transações financeiras, da produção industrial, etc. Enfim, em todos os domínios da economia a supremacia norte-americana é total, invadindo mercados que, como a América do Sul, eram antes integralmente dominados pela Inglaterra e por outras nações européias. Porém, não é só a concorrência dos



Estados Unidos que a Europa deve, agora, enfrentar. Dezenas de países novos, que se viram sujeitos aos longos bloqueios navais impostos pela guerra, terminaram por desenvolver suas próprias indústrias, diminuindo, conseqüentemente, a demanda por produtos industrializados que eram tradicionalmente adquiridos em países europeus.

O período entre-guerras é, para a Europa, um período marcado pela baixa contínua da produção industrial, pelas sucessivas crises de produção agrícola, pela inflação e o desemprego. Paralelamente, acirram-se os conflitos sociais o que, ao lado do temor que inspira a Revolução Bolchevique, irá conduzir certos sistemas políticos à adoção de posturas conservadoras, quando não francamente reacionárias. Assiste-se ao surgimento do fascismo e de uma série de ditaduras que nele se inspiram. Mesmo nas nações da Europa Ocidental que, tradicionalmente, constituíam-se nos bastiões da democracia parlamentar, verifica-se a emergência de partidos e movimentos políticos comprometidos com o propósito de superação das "deficiências" da democracia através da aplicação de uma proposta autoritária que assegurasse a

continuidade da ordem social. Por outro lado, em quase todos os países surgem, nesta mesma época, os partidos comunistas e importantes centrais sindicais. Ao mesmo tempo, reforça-se a representação parlamentar dos partidos socialistas que, independentemente da sua orientação ("reformista" ou "revolucionária") são, justamente, os mais sensíveis às reivindicações das classes populares. Todos estes fatores irão contribuir para que o período em questão seja um dos mais carregados de violentos conflitos sociais e políticos.<sup>10</sup>

A crise econômica irá conduzir, também, a uma reformulação do papel do Estado e dos mecanismos de mercado. A Primeira Guerra Mundial proporcionou a estes países uma primeira experiência com a planificação total da economia. As necessidades de guerra impuseram a contenção do consumo, a fixação de preços, de cotas de produção, o combate ao desperdício e à ineficiência, etc. Já num ambiente de acirrada concorrência internacional, o Estado se verá obrigado a assumir cada vez mais o papel de "dirigente" do desenvolvimento econômico, adotando políticas que permitam a retomada da produtividade industrial; por exemplo, através

do protecionismo tarifário, que taxa pesadamente os produtos industrializados importados, eliminando a concorrência estrangeira. Também os produtores agrícolas pressionam o Estado, no sentido de garantir preços mínimos para os seus produtos, numa conjuntura em que o valor das matérias primas e dos alimentos experimentam uma baixa contínua.11

O período entre-guerras reforça uma tendência que já vinha se manifestando desde o final do século passado: a formação de trustes e cartéis. Por toda a parte os produtores, principalmente naqueles setores que, pela sua economia de escala comportam um número reduzido de empresas (por exemplo, a siderurgia ou a exploração mineral), se reúnem em associações mais ou menos formais para fixar preços e dividir cotas de produção. Estes trustes e cartéis ganham, inclusive, dimensão internacional, englobando empresários dos mais diversos países.

Estes dois fenômenos, a reorganização dos papéis do Estado e do mercado, vão ganhar um novo impulso com a eclosão da Crise de 1929. Não só a intervenção estatal vai adquirir uma importância decisiva para o desenvolvimento da economia, como também irá se estender a ramos

que sempre haviam funcionado exclusivamente com base nas leis da oferta e da procura. Também os cartéis irão se aperfeiçoar e estender a sua influência, ora se compondo com as políticas governamentais mais amplas do desenvolvimento econômico, ora entrando em conflito com estas. Finalmente, como que representado o dobre de finados dos ideais do liberalismo econômico (já fortemente abalado pelos trustes, cartéis, planificação estatal e protecionismo econômico) assiste-se, como decorrência da crise mais ampla que se instaura a partir de 1929, à nacionalização, pelo Estado, de uma série de serviços públicos essenciais que até então eram deixados à iniciativa privada.<sup>12</sup>

Como vimos, mal as emissoras de rádio européias conseguiram se desembaraçar das questões levantadas pelas forças armadas, surgiu o problema da sua sustentação financeira. A série ininterrupta de falências de estações de rádio colocou em risco, inclusive, a própria existência da radiodifusão em solo europeu. Quais foram então as soluções propostas para o problema na ocasião? Para alguns, os fabricantes de aparelhos receptores é que deveriam manter e operar as estações de rádio. Já outros defendiam

a idéia de que os ouvintes é que teriam de pagar os custos de implantação e manutenção das estações. Finalmente, defendia-se também que tais encargos corressem por conta dos poderes públicos.

Na Espanha, a exemplo do que já havia sido tentado - sem sucesso - nos EUA, criaram-se uniões de radiouvintes, os quais se comprometiam a pagar cotas voluntárias de baixo valor às rádios. Porém o sistema fracassou, pela impossibilidade de se garantir a cobrança de tais cotas. Tentou-se, então, o financiamento publicitário. Mas o volume de verbas publicitárias destinado às estações de rádio foi tão reduzido que, pelo menos até 1931, a radiodifusão espanhola se manteve como uma das menos desenvolvidas e importantes do continente. A solução do financiamento publicitário não se concretizava e, no era só porque a situação econômica restringia o montante de verbas destinadas à propaganda. Ocorre que a imprensa escrita havia iniciado uma verdadeira guerra contra a instituição da radiodifusão comercial baseada no financiamento publicitário. Temiam os proprietários dos jornais que as verbas da publicidade fossem desviadas dos seus veículos

de comunicação para o rádio. Esta campanha se desenvolvia principalmente através da propaganda veiculada pelos jornais, mas não excluía a formação de importantes grupos de pressão junto aos governos e parlamentos.<sup>13</sup>

Os principais países europeus chegaram, em diferentes momentos, a uma mesma solução: a instituição do monopólio público da radiodifusão. Nele, seria dado aos poderes públicos, fosse diretamente, fosse através de uma empresa autônoma, o monopólio da exploração dos serviços radiofônicos, a quem caberia, a partir daí, a construção e manutenção das emissoras de rádio. A primeira nação a adotar esta solução foi a França (1922), seguida da Itália (1924), da Alemanha (1926), da Inglaterra (1928) e da Bélgica (1930). Com isso, se solucionava não só o problema da manutenção da atividade radiofônica, como também se afastavam os temores de interferências prejudiciais às comunicações públicas e, finalmente, estabelecia-se uma forma de controle sobre o conteúdo dos programas irradiados o que, em países atravessados por uma série de conflitos sociais e às voltas com a competição internacional, não era uma vantagem

desprezível.14

O desejo de controlar o conteúdo social dos programas radiofônicos, sem dúvida, estava presente entre aqueles que lutaram pela instituição do monopólio público da radiodifusão. Porém, haviam outras razões, também diretamente relacionada com a definição dos conteúdos. Referiam-se aos critérios éticos e de qualidade dos programas. Por toda parte, inclusive nos EUA, formaram-se fortes correntes políticas que defendiam o afastamento do rádio das atividades comerciais. Estes grupos desejavam colocar o novo meio de comunicação a serviço do aperfeiçoamento intelectual da nação, evitando que, ao ter de lutar por níveis crescentes de audiência, as estações de rádio se vissem obrigadas a veicular uma programação de baixo nível e gosto mediano. Na Europa estas correntes políticas eram tão mais fortes quanto maior fosse a diversidade étnica e linguística das suas populações. Somente uma radiodifusão pública poderia estar comprometida com o respeito à cultura de diferentes grupos linguísticos que estivessem reunidos num mesmo país. Tal era o caso da Bélgica e da Suíça que adotam, nesta época, o monopólio público dos serviços de

rádio.15

A questão dos aspectos culturais dos conteúdos também se colocava nos demais países que, afinal, adotaram esta solução. Mas não como fator determinante. Estiveram presentes, também, fatores de ordem política, ideológica e econômica. Estes fatores são privilegiados de maneira diferente pelas principais interpretações vigentes sobre a instituição dos monopólios públicos de rádio.

Alguns estudiosos como Doglio e Richeri 16 defendem a idéia de que a implantação destes monopólios resultou do desejo do Estado em controlar um meio de comunicação ao qual se atribua grande importância. Neste caso, ele teria atuado de maneira mais ou menos autônoma com relação ao jogo das outras forças sociais envolvidas no assunto. Afinal, estava em questão não só a segurança das fronteiras dos impérios, mas a própria estabilidade da ordem social vigente. Não por acaso, as primeiras transmissões de rádio realizadas pela atual ORTF (Office de Radiodifusion et Television Française), empresa que detinha o monopólio dos serviços de rádio na França, teriam sido chamadas pelas classes populares de "a-voz-de-seu-dono".



Em apoio desta tese, estes mesmos autores citam a postura daqueles países, com relação aos outros meios de comunicação que antecederam ao rádio. Tanto os telégrafos quanto os telefones, foram desde o início, na França e na Inglaterra, objeto de monopólio do Estado. Da mesma forma, mas no sentido contrário, nos Estados Unidos a exploração de todos estes novos meios de comunicação sempre estiveram confiadas à iniciativa privada. Estava colocada, portanto, a possibilidade de que, também o rádio, se mantivesse como um empreendimento capitalista privado.

Já uma outra corrente, à qual se filia F. Siliato, 17 entende que na instituição dos monopólios públicos de radiodifusão os fatores de ordem econômica é que tiveram papel decisivo. Este autor cita as pressões da imprensa escrita do Reino Unido (na época o 12º ramo de atividade mais importante da Grã-Bretanha, superando inclusive, vários ramos "tradicionais" como a indústria naval), no sentido de se impedir a adoção de um modelo de exploração da radiodifusão sustentado por verbas da publicidade. A argumentação desenvolvida por estes setores se baseava no fato de que, desde o

início, o rádio na Inglaterra havia se constituído num monopólio. Logo, não deveria ser-lhe permitido competir com os periódicos como um outro meio publicitário. De fato, a BBC (British Broadcasting Company) foi fundada em 1919 e reunia todas as grandes empresas de comunicação do Reino Unido garantindo, desde o início, o monopólio da exploração dos serviços de rádio na região.

Estiveram presentes também, no esforço de impor o monopólio público da radiodifusão aqueles que, provavelmente, eram os maiores interessados no assunto: os fabricantes de aparelhos de rádio. Para estes, a instituição de um modelo de exploração dos serviços radiofônicos sustentado pelos poderes públicos se constituía numa solução ideal. Estaria garantida desta forma a continuidade, senão o incremento, da venda de aparelhos receptores que, na época, era a única atividade rentável no setor da radiodifusão.

Finalmente, entre os motivos que levaram os países europeus a instituir o monopólio público dos serviços de rádio, se encontrava também a escassez de frequências radioelétricas. Vimos na parte anterior que, neste período, o

espectro de frequências exploradas era bem menor do que o atual. Compreende-se, pois, os receios dos militares com relação à destinação de significativas frações deste espectro para atividades que eles entendiam serem "não-essenciais". Mas não era apenas o receio de interferências nas comunicações radiotelegráficas e radiofônicas a única consequência do tamanho reduzido de tal espectro. Ele impedia, também, uma proliferação significativa de estações pelo território dos diversos países. E, se levarmos em conta o tamanho relativamente pequeno dos países europeus - particularmente daqueles da Europa dos anos 1920 e 1930 - tal limitação se torna ainda mais aguda. Não era incomum que uma única estação conseguisse cobrir todo o país e, inclusive, abrangesse com o seu sinal vastas áreas dos países vizinhos, independentemente da sua potência. O problema das interferências entre as estações de rádio na Europa se colocava de maneira muito mais incisiva do que em qualquer outro lugar. Um outro aspecto da questão também deve ter sido considerado. É o que diz respeito ao poder político que, já naquela época, se conferia aos proprietários de estações de rádio. É que, ao lado das disponibilidades financeiras requeridas para se montar e manter

uma estação de rádio, também a limitação do espectro de frequências contribuía para que, facilmente, a radiodifusão fosse monopolizada por um único grupo. Foi precisamente isso que ocorreu, por exemplo, na Inglaterra.<sup>18</sup>

A instituição de um virtual monopólio radiofônico por um só grupo ou indivíduo era uma possibilidade bastante forte nos países europeus. Tal possibilidade decorria, por um lado, do volume de recursos que se fazia necessário para instalar e operar um emissor e, por outro, do reduzido número de frequências disponíveis o que, se não tornava impraticável a existência de uma certa diversidade de estações, certamente restringia perigosamente seu número. O temor da implantação de um monopólio, ou, na melhor das hipóteses, de um oligopólio, fez com que países de regimes tão diferentes como a Inglaterra (democracia parlamentar) ou a Itália (fascista) se decidissem, afinal, pela adoção do monopólio público da radiodifusão. No caso da Itália, em particular, a limitação do número de frequências disponíveis foi decisiva no sentido de se impor aquela solução, ocupando os fatores de ordem ideológica uma posição de menor importância. Mesmo porque, a propaganda e a

censura fascistas já controlavam, irrestritamente, todos os meios de comunicação de massa, o que fazia da instituição do monopólio público uma medida não-essencial para a estabilidade do regime.<sup>19</sup>

De certa maneira pode-se dizer que, a implantação destes monopólios, foi uma medida baseada nos ideais do liberalismo, uma vez que se propunha a garantir o Princípio da Liberdade de Expressão, impedindo a formação de perigosos oligopólios ou monopólios privados. No caso de países de longa tradição democrática, tal intenção esteve, de fato, presente em maior ou menor grau. Porém, não devemos perder de vista a diversidade de interesses econômicos, político-ideológicos e sociais presentes em cada contexto nacional específico. Além disso, este desejo de aplicação dos ideais do liberalismo muito dificilmente poderia ser encontrado na decisão de países como Espanha (Franquista), Portugal (salazarista), Grécia, Polónia (ditaduras militares), etc. em adotar o monopólio público da radiodifusão, não obstante todos eles justifiquem tal medida afirmando ser este o regime de exploração comum a "todos os outros" países europeus.

Tanto as ditaduras, quanto os fascismos ou as democracias adotam, pois, um mesmo modelo radiofônico. Contudo, o que varia enormemente, são as diversas formas de controle que os poderes públicos exercem sobre as estações de rádio; e o acesso dos cidadãos ao novo meio de comunicação, ou produzindo eles próprios seus programas, ou interferindo na definição dos conteúdos a serem irradiados. Variam também, as formas de financiamento das emissoras. Assim, tanto pode ser o poder Executivo, quanto o Legislativo (ou ambos) a colocarem sob seu controle o rádio. Os cidadãos podem - ou não - requisitar horários específicos do tempo de programação para transmitir suas próprias opiniões. Finalmente, as verbas necessárias para a manutenção de todo o sistema podem ser cobradas diretamente ao público (por exemplo, sob a forma de um imposto adicional sobre a compra de novos aparelhos receptores) ou, procederem dos fundos que o Estado administra (ou as duas coisas).

Não obstante estas diferenças permanecem como denominador comum o regime de monopólio público. O fato deste regime ter-se disseminado por toda a Europa numa determinada conjuntura, levou certos estudiosos a desenvolverem a idéia

dos modelos de exploração dos serviços radiotelevisivos. Para estes existem, basicamente, dois modelos daquela exploração: o europeu e o norte-americano. No modelo norte-americano a radiodifusão é essencialmente um negócio privado e, suas finalidades são comerciais. Já no modelo europeu, o rádio - e mais tarde a TV - são entidades públicas, voltadas para a transmissão de uma programação com determinadas características (ideológicas, culturais, informativas, educacionais, etc.) e, cuja sustentação financeira é garantida por verbas públicas.<sup>20</sup>

O fato da radiodifusão norte-americana ser um negócio privado não quer dizer, porém, que inexista qualquer atuação dos poderes públicos sobre ela. Para que a caracterização deste modelo fique completa, é indispensável a reconstituição da regulamentação dos serviços de radiodifusão que se implanta nos EUA no período entre-guerras.

Como vimos, a sustentação publicitária se consolida nas estações de rádio dos EUA em meados da década de 1920. A partir daí, o número de estações em funcionamento, que havia conhecido um período de brusca redução, volta a

crescer em progressão geométrica. Paralelamente, ao longo destas duas décadas, também se expande de forma desmedida o número de aparelhos receptores. Com isso, a venda de aparelhos de rádio e de espaços publicitários se transforma num grande negócio e, assiste-se ao surgimento das primeiras redes de transmissão simultânea em cadeia, abrindo o caminho para uma significativa concentração do setor.

Mas, ao se expandirem de uma maneira desmedida, as estações de rádio acabaram provocando sérios problemas de interferências, não só para as suas congêneres mas também, em menor grau, para as estações radiotelegráficas e radiotelefônicas. Em várias regiões, notadamente naquelas onde o mercado publicitário era mais forte ou agregavam importantes contingentes de eleitores, as emissoras de rádio iam se instalando em níveis próximos à saturação. Não era incomum que **todas** elas transmitissem numa mesma frequência. Como resultado do volume de interferências, em pouco tempo se tornou impossível a audiência confortável das irradiações, o que levou os proprietários das estações a se dirigirem a Whashington, pedindo ao governo federal a imposição de normas que



disciplinassem a atividade radiofônica.21

A solução foi dada em 1928 quando surge a FRC (Federal Radio Commission), como uma entidade encarregada de ditar normas técnicas para o funcionamento das estações de rádio e conceder - ou suspender - as necessárias licenças de transmissão. O espectro de frequências radioelétricas foi considerado propriedade da nação americana e, seu uso era concedido aos radiodifusores por período de tempo limitado e, em princípio, renovável, desde que estes obedecessem às normas vigentes e cumprissem algumas obrigações vagamente relacionadas com o bem-estar público e o desenvolvimento social.

Coube a esta agência decidir, também, a quem deveria caber a concessão da licença de exploração de uma determinada frequência que estivesse sendo requisitada por mais de uma estação. Naquela época, ainda existia uma enorme diferença entre a qualidade e o alcance da transmissão radiofônica em cada frequência de onda. Havia determinadas ondas chamadas "canais limpos" que, pela sua clareza e raio de ação eram disputadas intensamente pelas estações de rádio de uma mesma localidade. Ora, a administração Roosevelt utilizou - com sucesso - esta

prerrogativa da FRC para fazer com que estes "canais limpos" não caíssem em mãos de seus adversários políticos.<sup>22</sup>

As pressões a que foi submetida a FRC, praticamente desde o início das suas atividades pela Casa Branca, irão engrossar o coro daqueles que clamavam por uma agência regulatória da atividade radifônica menos dependente do poder central, e mais voltada para os aspectos eminentemente técnicos daquele ramo de atividade. Em 1934 a FRC é extinta e substituída pela atual FCC (Federal Communication Commission), no bojo de um amplo movimento de criação de agências regulatórias da atividade produtiva, destinado a superar a anarquia econômica resultante da Crise de 1929. Neste mesmo período, outros ramos importantes como os bancos, transportes e telecomunicações, entre outros, serão objeto de regulamentação e controle por parte de agências públicas federais.<sup>23</sup>

A FCC é dirigida por um conselho de nove membros, todos escolhidos pelo Presidente da República, destinando-se a baixar normas que disciplinem a exploração dos serviços de comunicação nos EUA a nível federal. Cabe a

ela, tal qual sua predecessora, conceder às estações de rádio - e mais tarde de TV - as licenças de transmissão, garantindo a cada uma a exclusividade de exploração da frequência concedida dentro de certos limites territoriais impedindo, conseqüentemente, que se verifiquem interferências prejudiciais. Decidiu-se, também, que a FCC cancelaria as licenças de transmissão das estações que não estivessem operando dentro dos padrões técnicos estipulados. Outra importante atribuição desta agência: decidir a quem caberia determinada frequência que estivesse sendo solicitada por mais de uma entidade. Todavia, no intuito de se evitar o precedente verificado na atuação da FRC estipulou-se, a partir de 1965, quais seriam os critérios a serem levados em conta pela entidade nesta decisão. Estes critérios são objetivos e, o processo decisório de conhecimento público. A FCC é obrigada a conceder a licença ao candidato que resida no local onde pretende instalar a nova estação há mais tempo; que se comprometa a irradiar a maior quantidade de programas informativos, culturais, educacionais, etc. Também se estipularam limites para a concentração da propriedade de estações, visando impedir a formação de monopólios. A cada três

anos são renovados os pedidos de licença para proceder-se a continuidade da concessão.24

Uma vez estabelecido um conjunto padronizado de normas técnicas e, garantida a exclusividade do uso das frequências em cada localidade, foi dado o elemento que faltava para a configuração de um modelo norte-americano de exploração dos serviços de rádio e, já a partir da década de 1940, de televisão. A propriedade privada das estações - mas não do espectro de frequências radioelétricas -, e a sustentação financeira das emissoras pelas verbas publicitárias, juntava-se agora a regulamentação a nível federal de todas as práticas relacionadas com os aspectos técnicos da irradiação de programas radiofônicos.

Com isso, protegeu-se a estrutura comercial da radiodifusão norte-americana, garantindo que a concorrência entre as estações se fizesse através da disputa pela audiência e não, como até então vinha ocorrendo, pela "guerra das interferências" que prejudicava não apenas as estações de rádio, mas os próprios anunciantes e os fabricantes de aparelhos receptores.

### 3.3 A ORGANIZAÇÃO DOS SERVIÇOS TELEVISIVOS

É no interior destes dois grandes modelos de organização dos serviços de rádio que se dão, a partir de meados da década de 1930, as primeiras experiências com um novo meio de comunicação eletrônica: a televisão. Na Inglaterra, a partir de 1936, na Alemanha, desde 1935 e, nos EUA em 1939, realizam-se as primeiras transmissões de televisão destinadas ao público. Naqueles dois países europeus, ao novo meio de comunicação será imediatamente destinado um papel importante na manutenção da hegemonia político-ideológica das classes dominantes, bem como na difusão de temas de forte conteúdo nacionalista. Não por acaso, as primeiras transmissões da televisão britânica enfocavam, precisamente, as cerimônias públicas dos poderes constituídos: a família real, o gabinete ministerial e o parlamento. Já na Alemanha, a televisão faz sua primeira transmissão para um público de massas em 1936, cobrindo exaustivamente as Olimpíadas de Berlim. Depois de várias disputas internas, entre o Ministério

dos Correios, a Aeronáutica e o Ministério da Informação e Propaganda, o novo meio de comunicação acaba sendo confiado este último órgão. Assim, a TV é destinada, tal qual o cinema e o rádio, a se converter em um instrumento ideológico a serviço do regime nazista.

Apesar do esforço destes dois países em desenvolver o novo meio, não se consegue transformar a televisão em um veículo de alcance tão abrangente quanto o rádio, por exemplo. As diversas dúvidas sobre a tecnologia a ser adotada, a necessidade de destinar os esforços do setor eletro-eletrônico para a fabricação de material bélico, bem como o desinteresse do empresariado em investir pesadamente na fabricação de aparelhos receptores, vão contribuir para que o número de televisores, nesta fase inicial, se mantenha espantosamente reduzido. De fato, eles não alcançam mais do que uns poucos milhares de unidades, destinadas, principalmente na Alemanha, à salas públicas de exibição televisiva, semelhantes aos cinemas. 25

Também nos EUA a televisão irá se manter, pelo menos até o fim da Segunda Guerra Mundial, como um veículo de reduzido alcance social e,

consequentemente, de pouca importância econômica. Nos seus primeiros anos, a televisão nos EUA não conta com mais do que uns nove mil aparelhos receptores, o que é uma soma mil vezes menor do que aquela alcançada pelos aparelhos de rádio já há alguns anos. Seu desenvolvimento será interrompido com a entrada dos Estados Unidos na Segunda Guerra Mundial (1941), uma vez que - tal qual no conflito anterior - foi proibida a fabricação de aparelhos de comunicação para uso civil.

Fim do conflito as empresas do ramo eletrônico se voltam novamente para o atendimento das necessidades cotidianas do mercado interno norte-americano. Mas para a definitiva implantação da televisão não se fazia necessária apenas a reorganização da produção e do consumo. Era indispensável, também, baixar as necessárias normas e especificações que regulamentassem o funcionamento do novo meio de comunicação. Tais normas foram publicadas pela FCC em 1947, estabelecendo que as transmissões de televisão seriam feitas em preto e branco e, de acordo com um sistema desenvolvido pela RCA (Radio Corporation of America).

Faltava, ainda, planejar a distribuição

das futuras estações de TV, de forma a impossibilitar a ocorrência de interferências. Para tanto proibiu-se, durante vários anos, a instalação de novas estações de televisão, até que a FCC tivesse estabelecido um plano para a distribuição daqueles canais. Finalmente, em 1952 é publicado o **Final Allocation Report**, pelo qual a FCC previa espaço para a concessão de duas mil estações comerciais de televisão em todo o país, tendo cada uma o seu canal tecnicamente definido. Foram reservados também, vários canais destinados às chamadas Tvs Educativas, isto é, estações de televisão mantidas por Universidades e Fundações e voltadas à educação e o ensino e, portanto, sem finalidades comerciais.26

Vimos que a partir da implantação da radiodifusão comercial nos EUA assiste-se, quase que imediatamente, à formação de grandes redes ou "cadeias" de transmissão, englobando dezenas e dezenas de emissoras que transmitem simultaneamente uma mesma programação. Estas redes foram montadas pelas grandes empresas dos ramos da eletrônica e do entretenimento e se destinavam a vender, para as estações de rádio, os direitos de transmissão dos programas que elas produziam. Estes programas eram



retransmitidos simultaneamente a toda uma variedade de emissoras, através das linhas telefônicas. As emissoras que se afiliavam a uma rede para receber os seus programas, ou pagavam-nos em dinheiro, ou se comprometiam a irradiar um determinado percentual de espaços publicitários vendidos por esta-27

A generalização desta prática levou a uma progressiva concentração dos índices de audiência e, conseqüentemente, da arrecadação das verbas publicitárias pelas sedes destas redes. Ocorre que, ao diluir o custo final da elaboração dos programas entre dezenas de emissoras afiliadas, as grandes redes de rádio puderam lançar produções cada vez mais caras e sofisticadas. Assim, se inviabilizou a maior parte das produções locais, uma vez que os programas gerados localmente não podiam competir com o padrão de qualidade que as grandes redes iam impondo. Desta forma, ao garantir para si e suas afiliadas a maior parte da audiência, as grandes redes terminaram também abocanhando a quase totalidade das verbas publicitárias destinadas à mídia eletrônica.

Este processo se firma de maneira aparentemente irreversível com o surgimento da

televisão. São as mesmas três grandes redes de rádio que, ao entrar no negócio televisivo, irão dividir entre si a quase totalidade da audiência - e das verbas publicitárias. Esta concentração que tem todos os contornos de um oligopólio não fere, de certa forma, as regras anti-truste vigentes nos EUA. Afinal, as grandes redes de televisão não detêm a propriedade das estações que a elas se afiliam. As emissoras locais de rádio e TV continuam na mão de seus proprietários, porém, retransmitindo na maior parte do tempo os conteúdos enviados pela CBS, RCA ou ABC-28

A tarefa de quebrar este oligopólio é bastante dificultada pela economia de escala que estas redes adotam. E estas dificuldades eram, até bem pouco tempo atrás, reforçadas pelas atitudes da FCC, uma vez que esta agência se colocava repetidamente a serviço dos interesses privados que, teoricamente, ela deveria controlar. Um bom ponto de partida para se tentar explicar tal paradoxo é a assim chamada "Teoria da Captura", proposta por uma variante do neo-marxismo. Entendem estes teóricos que, apesar de se destinarem à defesa do interesse público, esta e outras agências regulatórias têm

sido sistematicamente tomadas pelos interesses privados. Esta "captura" é explicada pelo movimento de revezamento das elites administrativas da iniciativa privada em seus postos e na direção das agências públicas, e de volta novamente.29

Esta proposta de interpretação tem se mostrado consistente em função do perfil dos ocupantes dos cargos da FCC, e mesmo pela postura desta agência de defesa intransigente de certos interesses da radiodifusão privada, como por exemplo, no seu papel como protetora dos mercados das grandes redes de televisão contra a invasão da televisão a cabo. De fato, certos autores chegam a afirmar que os membros da FCC nunca são especialistas em comunicações, sendo no mais das vezes antigos ou futuros quadros das grandes redes de TV. Estes indivíduos quase sempre privilegiam os interesses dos grandes grupos, tanto que, até hoje, nenhuma emissora importante teve a sua licença de funcionamento suspensa, independentemente das faltas que tenha cometido. Assim, a doutrina de uma televisão de base local foi sendo desvirtuada por um acentuado processo de concentração, o qual a FCC tem se mostrado incapaz de impedir.30

Além de proteger as grandes cadeias de televisão, a FCC se esmerava em impedir o surgimento de concorrência frente a estas entidades nos maiores mercados publicitários norte-americanos. O maior exemplo disto foi a postura que a agência adotou frente à televisão por cabo. Quando esta nova tecnologia demonstrou seu potencial de lucratividade, começaram a surgir fricções entre a Associação de Televisão por Cabo e a Associação de Radiodifusores. Estes últimos lograram a aprovação, por parte da FCC, de uma legislação que impediu durante muito tempo o desenvolvimento da televisão por cabo: em 1965 foi proibida a transmissão do sinal de televisão a cabo nos 100 maiores mercados publicitários dos EUA... Estas estranhas práticas "regulatórias" perduraram até meados dos anos 1970.<sup>31</sup>

Com o aparecimento dos programas transmitidos por satélite para operação por cabo começou o relaxamento das normas que impediam a expansão da nova mídia. Uma vez que as grandes redes não conseguiam provar que estavam sendo prejudicadas por aquela expansão, a FCC se viu obrigada a relaxar suas determinações. O que seria mais tarde conhecido como a

desregulamentação da economia norte-americana começou, para a radiodifusão, quando a Suprema Corte decidiu que certas disposições da FCC contrariavam flagrantemente a Emenda Constitucional Anti-Truste. Com a administração Carter (1976-1980), intensificou-se o relaxamento dos controles de entrada no ramo. Não sem razão, o então presidente da FCC, Charles Ferris, disse estar disposto a remover a "inclinação natural" que aquela agência tinha pelas empresas de radiodifusão. Assim, não surpreende a oposição destas empresas às mudanças desregulatórias. Mas, como assinala um autor, se existe mesmo um processo de desregulamentação deste ramo de atividade nos EUA, ele está apenas no início. As possibilidades de um maior afrouxamento nos controles de entrada visando uma maior competição devem incluir também, entre outros, os satélites de difusão direta (isto é, aqueles cujo sinal pode ser captado diretamente pelo público, através de antenas parabólicas), faixas de rádio adicionais, flexibilização das normas da televisão a cabo e, a regulamentação de de 3 ou 4 mil novas estações de televisão, que podem ser alocadas num plano que preveja a distribuição de frequências para emissoras de baixa potência.32

Em tempos mais recentes a administração Reagan (1980-1988) se propôs a executar uma política de "não-regulação" (unregulation), procurando impor uma completa volta à liberdade de mercado. Evidentemente, dado o estágio de desenvolvimento do capitalismo naquele país, uma tal política só pode vir a favorecer os interesses mais poderosos do setor. Assim, sob uma determinada lógica de restabelecimento da competição, recentemente relaxaram-se as restrições sobre o número de estações que uma corporação, incluindo-se aí as grandes redes, poderia possuir. Na impossibilidade do retorno à uma plena economia de mercado, a "não-regulação" da radiodifusão sob o governo Reagan levou, na verdade, à uma maior concentração, inclusive nos setores com os quais se esperava contar para a intensificação da competição, como a televisão por cabo. Outro desdobramento desta política é a força que vem ganhando a proposta de privatização do próprio espectro de frequências eletromagnéticas. Segundo esta proposta, as frequências seriam consideradas propriedade privada das empresas que as exploram, impedindo-se, conseqüentemente, seu aproveitamento por outras entidades que não os seus proprietários. Tal idéia, se concretizada,

significaria o fim da propriedade pública de um espectro de frequências que, apesar dos aperfeiçoamentos introduzidos incessantemente, continua finito e limitado.

Vamos agora discorrer sobre o desenvolvimento da televisão no Velho Continente. Com o fim da Segunda Guerra Mundial, a Europa se vê novamente às voltas com toda ordem de dificuldades políticas e sociais. Contudo, ao contrário do primeiro pós-guerra, a idéia de democracia plena é amplamente hegemônica. Por um lado, se verifica um vivo descontentamento para com todas as formas de dirigismo na produção e do racionamento do consumo, ambos impostos pela economia de guerra. Por outro, com a libertação de numerosos países do domínio nazi-fascista, emerge uma aspiração universal à supressão de todos os mecanismos de limitação da liberdade de opinião e expressão. Assim, liberalismo econômico e o político pareciam caminhar numa mesma direção. Todavia, a anarquia econômica, e a trágica experiência da Grande Depressão de 1929, mostraram os limites que deveriam ser impostos ao funcionamento do mercado, bem como dos trustes e monopólios de toda ordem.<sup>33</sup>

O que se generaliza é a idéia de que só o poder regulatório do Estado é que pode assegurar a realização do interesse geral. Prossegue pois, uma tendência iniciada no primeiro pós-guerra: a do alargamento das funções do Estado. Hostilizam-se os monopólios privados que, como na França e na Inglaterra, inviabilizaram os esforços para debelar a crise de 1929, e também a economia liberal que, como em toda Europa Ocidental, se mostrou incapaz de evitar a crise econômica e a derrota militar. Isto tudo contribuiu para levar ao aparecimento de numerosas firmas públicas, encarregadas de controlar setores-chave da economia. Por exemplo, os transportes, a energia, as comunicações, os serviços públicos e vários bancos. E, na França, numerosas empresas jornalísticas e de informação que, acusadas de colaborar com o invasor nazista, são nacionalizadas e entregues à administração dos seus funcionários.<sup>34</sup>

É neste contexto que surge a televisão pública na Europa. A fim de garantir a liberdade de expressão e, em função da difícil situação econômica pela qual passava a Europa (que descartava, de saída, qualquer possibilidade de



uma televisão comercial), não se manteve o monopólio público dos serviços de rádio, como este foi alargado, para incluir também a televisão.

Desenvolvida num contexto onde predominavam os regimes democráticos, o conceito de televisão pública europeu encontrou seu principal fundamento no princípio da liberdade de informação, o qual remonta às constituições liberais dos séculos XVIII e XIX. Provavelmente, os mesmos fatores de ordem econômica que conduziram à implantação do monopólio público dos serviços de rádio devem ter estado presentes na adoção do conceito de TV Pública. Todavia, os fatores de ordem político-ideológica é que foram os mais importantes. Baseando-se na doutrina da liberdade de expressão, uma série de autores tem salientado os motivos que teriam levado o Estado a nacionalizar a televisão. Os principais são a limitação do espectro de frequências, o caráter restritivo que encerra o volume de recursos que se faz necessário para a instalação de uma rede de televisão e as leis deste mercado (que, como vimos nos EDA, conduz ao oligopólio) e, os critérios éticos e de qualidade a serem observados nos conteúdos transmitidos.<sup>35</sup>

A intervenção do Estado à nível da encampação destes serviços se justificava plenamente àquela época, pois garantiria o direito à informação: "... para que o poder de informar através das ondas de rádio não fique, na prática, por razões técnicas e políticas, em mãos de uma pequena minoria."<sup>36</sup> O problema contemporâneo do conceito de televisão pública europeia é que, em grande parte, estas "razões técnicas e políticas" mudaram acentuadamente desde o fim da guerra, o que tem contribuído para municiar os críticos dos sistemas públicos de radiodifusão.

A década de 1970 veio encontrar a televisão pública europeia mergulhada em uma profunda crise.<sup>37</sup> Esta crise teve diversas causas e se manifestou de maneira diferenciada em cada país. O que existe de comum a todas estas situações, é o fato de que a crise evoluiu não no sentido da substituição da televisão pública por uma de caráter privado, mas, predominantemente, na instituição de um sistema misto.

Dentre as causas mais comuns da crise do conceito de televisão pública estão a internacionalização dos mercados, o aparecimento

de novas tecnologias, a espiral inflacionária e, o próprio desgaste político que este modelo de exploração dos serviços radiotelevisivos vêm sofrendo face aos ataques da imprensa. A estas causas devemos acrescentar também os problemas decorrentes da instauração de uma nova correlação de forças no cenário político.

A televisão pública e o monopólio público dos serviços de radiodifusão, foram duramente atacados a partir de meados da década de 1970 por empresas multinacionais do setor de eletrônica e informática, principalmente aquelas sediadas nos EUA. Convencidas de que a penetração dos seus produtos no mercado europeu era inviabilizada pelos monopólios públicos, partiram para a formação de uma aliança com outros grupos interessados no fim do rádio e da televisão públicas. A nível interno, estes grupos se constituíam principalmente dos setores mais conservadores da Europa. Estes setores, preocupados com a perda da hegemonia dos partidos de direita e, temerosos de que o monopólio da radiodifusão pudesse vir a cair nas mãos de governos esquerdistas, não só desinteressaram-se pela manutenção do monopólio, como também começaram a lutar

abertamente pelo seu fim. Simultaneamente, expressivos setores destas classes conservadoras anteviram boas possibilidades de lucros, se conseguissem se associar àquelas multinacionais numa conjuntura de privatização do rádio e da TV.<sup>38</sup>

Num nível técnico, o surgimento de novas tecnologias, como a televisão a cabo e os satélites de difusão direta (cujo sinal pode ser captado por antenas parabólicas domésticas) contribuíram para por em cheque a noção de que a limitação de frequências constituía-se em fator decisivo, não só para justificar a intervenção permanente do Estado no setor, mas a própria implantação de um monopólio público.

Também as tecnologias "convencionais" contribuíram para tornar problemática a argumentação favorável aos monopólios radiotelevisivos públicos baseada na limitação de frequências. Por exemplo, a proliferação de rádios clandestinas ("piratas") na Itália, sem no mais das vezes causar qualquer perturbação, veio provar que o número de canais disponíveis para exploração comercial não era assim tão limitado como se pensou a princípio. Aliás, este foi o principal fator levado em conta pela

Suprema Corte Constitucional Italiana, quando se decidiu pela inconstitucionalidade do monopólio público em meados dos anos 1970.39

Outro fator que muito contribuiu para minar o princípio do monopólio público, foi a situação de penúria financeira pela qual passaram aquelas estações, a partir da escalada inflacionária gerada pelos choques do petróleo em meados da década passada. Sem poder ajustar a tempo as suas tarifas, as emissoras viviam em permanente déficit. Além disso, o estancamento na compra de receptores (outra fonte de renda para o monopólio advinha da taxaço da compra de novos aparelhos de rádio e TV) em função da saturação do mercado também contribuiu para o agravamento da situação financeira das emissoras e, conseqüentemente, para a queda da qualidade da programação. Naturalmente, isto não ajudou em nada a manutenção do prestígio do monopólio público junto aos telespectadores.

Além destes motivos razões políticas internas também tem ameaçado os monopólios públicos. Na Alemanha os desentendimentos entre os parlamentares social-democratas e os democratas-cristãos tem levado estes últimos a negarem, em diversos parlamentos regionais, a

renovação das concessões das emissoras públicas. Esta atitude, aliada à incansável pressão dos grupos empresariais interessados no fim do monopólio (entre os quais Axel Springer, dono de um gigantesco conglomerado empresarial do ramo da imprensa) tem minado aceleradamente o sistema vigente. Fenômeno semelhante ocorreu na França. Com a ascensão de um partido socialista ao poder, iniciou-se a privatização das várias cadeias de televisão públicas do país. Dentre os vários motivos levados em conta pelo gabinete de Mitterrand ao tomar tal decisão o principal era, sem dúvida, o receio de um eventual retorno da direita ao poder e, conseqüentemente, da restituição do controle das estações à seus adversários históricos. O próprio Presidente da República foi um dos indiciados por tentativa de quebra do monopólio público quando, em seus tempos de opositorista, instalou uma emissora ilegal ("pirata"). Também na Itália, a perspectiva da subida ao poder de um gabinete socialista, ou mesmo comunista, contribuiu poderosamente para que se engrossasse o coro dos que defendiam o fim do monopólio público dos serviços radiotelevisivos.

Em todas as direções em que se olhe assiste-se à implantação de sistemas mistos de exploração dos serviços de rádio e TV. Emissoras privadas se vêem às voltas com a sua proliferação desmedida (Itália), se submetem a um rigoroso controle da sua programação (Grã-Bretanha) ou ainda, sonham com a possibilidade de, algum dia, eliminar completamente seu concorrente público (França). Afinal, desde a crise econômica dos anos 1970, as emissoras públicas vêm vendendo espaços publicitários para suplementarem suas receitas, colocando-se na posição de concorrentes, não só das emissoras privadas, mas de todos os meios de comunicação de massa que se sustentam com verbas publicitárias. Também este "desvirtuamento" do modelo radiotelevisivo (que até então não vinculava nenhuma publicidade comercial, que entendia ser danosa) contribuiu para fortalecer os grupos que defendiam o fim do monopólio público.

Além disso, nota-se em todo o continente, mas muito especialmente naqueles países cegos às "vantagens" da televisão e do rádio comerciais (caso da Espanha e alguns países nórdicos) todo um esforço de caráter ideológico no sentido de

fazer hegemônica uma nova concepção do liberalismo para a exploração dos serviços de radiodifusão. O conceito chave esgrimido por aqueles que defendem a introdução da televisão e rádio privatizados é o de "Liberdade de Antena". Com este conceito pretende-se estender à radiodifusão a idéia de liberdade de expressão que rege a imprensa escrita. Entendendo ser fundamental o livre uso do espectro de frequências, os ideólogos da "liberdade de antena" pregam abertamente o fim dos monopólios públicos, fruto de limitações tecnológicas e/ou de regimes políticos que não mais existem. A argumentação destes neo-liberais pode ser melhor apreendida nas publicações que circulavam na Espanha, pedindo o fim do monopólio público. Os argumentos dos que reivindicavam a "liberdade de antena" são os seguintes: liberdade informativa (somente a pluralidade de oferta pode garantir efetivamente a liberdade informativa), respeito e proteção à pluralidade social (grupos os mais diversos poderão se fazer ouvir através das suas próprias estações), custos menores para o Estado (que se desobriga de sustentar as estações), criação de empregos e geração de riquezas e, finalmente, o entendimento de que a concorrência aumentaria a variedade de programas



transmitidos.40

Todavia, ao contrário do que pregam os seus defensores, a introdução da radiodifusão e, muito especialmente, da televisão privada, não tem conduzido, necessariamente, à melhoria da programação ou mesmo à liberdade de informação ou, sequer ao respeito à pluralidade social.

O que se verifica, e estudos empíricos confirmam, é 41 que a introdução da televisão privada em concorrência com a televisão pública, tem conduzido a uma homogenização crescente da oferta de programas televisivos, os quais passaram a se constituir, na quase totalidade, de programas do género "entretenimento", notadamente "enlatados" norte-americanos. Quanto à liberdade de informação, é curioso notar que, a variedade de estações não conduz, por si só, a um aumento na diversidade de notícias, uma vez que estas são obtidas, na sua maior parte, num reduzido grupo de agências noticiosas internacionais, as quais monopolizam totalmente este ramo de atividade. Mesmo do ponto de vista da interpretação das notícias a televisão pública não tem se mostrado tão subserviente ao poder como querem seus detratores. Afinal, os ácidos comentários da Primeira Ministra Margareth

Tatcher, sobre a cobertura feita pela BBC na Guerra das Malvinas (1982), são um indicador seguro de que o caráter público não pressupõe atrelamento ao poder. Muito pelo contrário, são justamente as estações privadas (que dependem de verbas publicitárias para se manter) as mais suscetíveis a um atrelamento ao poder (no caso, econômico).

Independentemente disso, assiste-se na Europa à consolidação de um sistema misto de exploração dos serviços radiotelevisivos, onde emissoras públicas convivem com suas congêneres privadas. Este sistema, provavelmente, acabará por se implantar em todo o continente ainda neste século, uma vez que restam apenas alguns países que ainda mantêm - com dificuldade e sob pesadas críticas - o monopólio público dos serviços radiotelevisivos. A questão é saber se, neste novo cenário, as estações públicas irão se manter (Inglaterra) ou, serão progressivamente liquidadas e passadas ao controle da iniciativa privada (França). A primeira hipótese coloca a possibilidade da continuidade da existência de algum tipo de "Modelo Europeu" da exploração do rádio e da TV. Neste novo modelo, se inexiste o monopólio, pelo menos permanecem as estações

públicas, às quais os cidadãos, em maior ou menor grau, podem ter acesso como emissores. Seja interferindo na definição dos conteúdos transmitidos - via parlamentos - seja se utilizando gratuitamente de determinado percentual do tempo de transmissão que em certos países é reservado à entidades representativas da sociedade civil e partidos políticos, o conceito de televisão pública sempre pressupôs, em maior ou menor grau, o acesso dos cidadão à TV como transmissores. A segunda hipótese aponta para a configuração de um único modelo importante daquela exploração que se generaliza para todo o planeta: o norte-americano.

Mas também o próprio modelo norte-americano não pode ser caracterizado como um território exclusivo da mentalidade capitalista! E não é só devido à existência, no interior daquele modelo, de centenas de emissoras com finalidades públicas não-comerciais (educativas e culturais). Ocorre que, em tempos mais recentes, certos meios de comunicação de massa eletrônicos vem tendo de pagar o seu tributo às finalidades públicas, no decorrer do seu processo de expansão. É como se a televisão privada, que se imagina vitoriosa no Velho Continente, se visse

confrontada, em seu próprio território, com práticas próprias do modelo público europeu. Refiro-me ao public access, isto é, a exigência que um número cada vez maior de poderes públicos municipais vem fazendo para os operadores de TV a cabo, quando estes requisitam as necessárias licenças de operação (a jurisdição da FCC diz respeito às estações de onda hertziana e às de cabo de âmbito regional):

"O public access (acesso público)... é a grande conquista democrática da televisão norte-americana, porque possibilita a qualquer cidadão exibir seu super-8 ou seu vídeo. O acesso público é a obrigatoriedade que todo operador de cabo tem, mediante exigência contratual com a prefeitura, de alocar (gratuitamente) um ou dois canais daquele sistema a cabo para veiculação de programas que a comunidade queira produzir." 42

### 3.4 CONCLUSÃO

Neste capítulo procurei mostrar a variedade de fatores políticos, sociais, econômicos, culturais, etc. que influem na definição de determinado modelo televisivo. Mais ainda, mostrei como estes fatores mudam ao longo do tempo, assumindo diferentes conteúdos ou formas em cada momento histórico específico.

O que espero ter deixado claro é que a forma como cada país organiza seus serviços de rádio e televisão não pode ser derivada, em linha reta, das características assumidas pelo Estado ou pelo modo de produção dominante. Embora estes elementos sejam importantes, não são a gama de fatores a serem levados em conta no entendimento daquela organização é muito mais ampla, como também a própria atividade radiotelevisiva tem características que lhes são específicas e que não podem ser desconsideradas.

## Notas do Terceiro Capítulo

1. SAMPAIO, M.F. História do rádio e da televisão no Brasil e no mundo (memórias de um pioneiro). Rio de Janeiro, Achiamê, 1984. Ver capítulo 3
2. COSTA, P.O. La crisis de la television pública. Barcelona, Ediciones Paidós Ibérica S.A. 1986. pp. 42-43
3. \_\_\_\_\_, p. 47
4. DROZ, B. & ROWLEY, A. História do século XX. 1º volume, Lisboa, Publicações Dom Quixote, 1988. p. 84
5. COSTA, op. cit. p. 47
6. SAMPAIO, op. cit. pp. 68-71 e ver também COSTA, op. cit. p. 48
7. COSTA, op. cit. p. 49
8. DROZ & ROWLEY, op. cit. pp. 59-61
9. CROUZET, M. História Geral das Civilizações. São Paulo, Difel, 1977. 4ª edição. pp. 54-56
10. \_\_\_\_\_, pp. 92-99
11. DROZ & ROWLEY, op. cit. p. 81
12. \_\_\_\_\_, p. 82
13. COSTA, op. cit. p. 49
14. SAMPAIO, op. cit. pp. 68-76
15. FEDERICO, M.E.B. História da comunicação: rádio e TV no Brasil. Petrópolis, Vozes, 1982, p. 19
16. COSTA, op. cit. p. 50
17. \_\_\_\_\_, pp. 50-51
18. \_\_\_\_\_, p. 50
19. \_\_\_\_\_, p. 53
20. \_\_\_\_\_, p. 21

21. HORWITZ, R. B. Understanding deregulation. In: **Theory and society n° 15**. Dordrecht, Martinus Nijhoff Publishers, 1986. p. 160
22. PUSATERI, C.J. FDR, Huey Long and the politics of radio regulation. In: **Journal of Broadcasting n° 21**. Winter, 1977. Washington, D.C. National Association of Broadcasters, 1977. pp. 85-94
23. HORWITZ, op. cit. p. 161
24. COSTA, op. cit. p. 188
25. \_\_\_\_\_, p. 57
26. \_\_\_\_\_, p. 185
27. BORELLI, S.H.S; ORTIZ, R. & RAMOS, J.M.O. Telenovela: história e produção. São Paulo, Brasiliense, 1989, p. 18
28. VIANNA, G. Abuso do poder econômico na radiodifusão brasileira, Brasília, 1974, Divisão Jurídica do DENTEL - Ministério das Comunicações. O autor comenta as disposições legais norte-americanas que visam limitar o número de estações que um único indivíduo ou entidade pode possuir. Aponta também a vinculação das 3 grandes redes de televisão dos EUA: National Broadcasting Company (NBC), depende da RCA (indústria eletrônica); American Broadcasting Company (ABC), vinculada à Paramount (teatro, filmes e discos); e, Columbia Broadcasting Company (CBS), divisão da Columbia (filmes e discos).
29. BETRAND, C. J. Les Mass Media aux Etats Unis, Paris, Presses Universitaires de France, 1974, 10 ed. Citado em COSTA, op. cit. p. 188
30. HORWITZ, op. cit. p. 163
31. COSTA, op. cit. p. 209
32. HORWITZ, op. cit. p. 161
33. LONGSTREET, F. The city, industry and the state. In: CROUCH, C. **State and economy in contemporary capitalism**. New York, Saint German Press, 1979. O autor discute a influência do capital monopolista bancário sobre a política econômica inglesa, manifestada através do Banco da Inglaterra. Também a nacionalização deste banco no segundo pós-guerra teria sido uma tentativa de cortar a posição dominante da "city" na condução da política econômica.
34. FREYBERG, J.W. Toward a structuralist model of state intervention in the mass media. In: **Political power and social theory, volume 5**, pp. 158-162. O autor comenta o impacto da resolução do governo provisório de março de 1944, que determinava o confisco dos periódicos que haviam colaborado com a ocupação nazista:

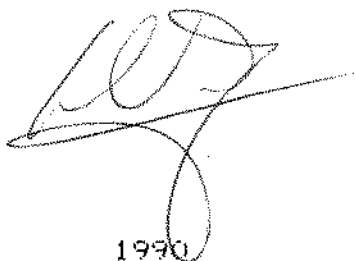
DENNISON DE OLIVEIRA

ESTADO E MERCADO NA RADIODIFUSÃO

Dissertação de mestrado  
apresentada ao  
Departamento de Ciências  
Sociais do Instituto de  
Filosofia e Ciências  
Humanas da Universidade  
Estadual de Campinas.

Este exemplar corresponde  
à redação final da  
dissertação defendida e  
aprovada pela Comissão  
Julgadora em / /

Orientador



1970



## SUMARIO

Introdução .....	01
Notas .....	13

### PRIMEIRA PARTE - QUESTOES TEORICAS

1. Estado e mercado radiotelevisivo na literatura brasileira .....	15
1.1. Introdução .....	15
1.2. A produção do período 1977/1984 .....	19
1.3. A produção do período 1984/1987 .....	29
1.4. Os trabalhos do final da década de 1980 .....	37
1.5. Conclusão .....	41
Notas .....	49
2. As especificidades da radiodifusão .....	53
2.1. Introdução .....	53
2.2. Considerações sobre o eletromagnetismo .....	55
2.3. O direito de comunicações .....	68
2.4. A engenharia de telecomunicações .....	77
2.5. Conclusão .....	82
Notas .....	84
3. A regulamentação da atividade radiotelevisiva: um marco histórico comparativo .....	85
3.1. Introdução .....	85
3.2. A organização dos serviços de rádio .....	86
3.3. A organização dos serviços televisivos .....	117
3.4. Conclusão .....	141
Notas .....	142

### SEGUNDA PARTE - ESTADO E MERCADO NA RADIODIFUSAO: ALGUNS ASPECTOS

4. O modelo radiotelevisivo brasileiro .....	146
4.1. Introdução .....	146
4.2. A constituição dos serviços de rádio e televisão no Brasil .....	148
4.3. O papel dos militares .....	161
4.4. A administração das comunicações .....	170
Notas .....	185
5. "Trazer a Televisão": Estado e interiorização do sinal televisivo (Paraná 1975/1988) .....	188
5.1. Introdução .....	188
5.2. A televisão brasileira de 1950 a 1967 .....	192
5.3. A intervenção do Estado .....	205
5.4. Estado e interiorização do sinal televisivo no Paraná .....	214
5.5. Conclusão .....	261
Notas .....	265

6. O Empresariado da Radiodifusão frente ao Estado .....	267
6.1. Introdução .....	267
6.2. As entidades estudadas .....	275
6.3. Posturas comuns às entidades representativas dos empresários de rádio e televisão frente à intervenção estatal .....	278
6.3.1. A luta pela concessão de subsídios .....	279
6.3.2. O combate à transmissão obrigatória e gratuita de programas e publicidade .....	285
6.3.3. A fragmentação do mercado radiotelevisivo: o problema da "proliferação desmedida" e das "pessoas estranhas ao meio" .....	292
6.3.4. O problema das concessões de canais de rádio e TV .....	311
6.4. Posicionamentos e reivindicações de determinados setores do empresariado da radiodifusão .....	326
6.4.1. A luta pelo fim dos limites à irradiação de comerciais da AERP .....	327
6.4.2. A luta pela destinação de uma fatia maior do espectro de frequências para a interiorização da televisão .....	330
6.4.3. A discussão em torno do preço do aluguel dos canais de satélite para TV .....	332
6.4.4. As pressões do rádio pelo acesso ao satélite .....	335
6.4.5. A campanha do rádio pela destinação de mais verbas publicitárias públicas .....	336
6.5. As características específicas dos diferentes setores que compõe o empresariado da radiodifusão.....	341
6.5.1. As diferenças entre as entidades .....	342
6.5.2. As características mercadológicas específicas do rádio e da TV .....	348
6.6. Conclusão .....	358
Notas .....	360

## CONCLUSÃO

7. Considerações finais .....	364
7.1. Introdução .....	364
7.2. Como interpretar o modelo brasileiro de exploração dos serviços de rádio e televisão? .....	365
7.3 O futuro da radiodifusão privada .....	371
7.4. Perspectivas de estudos .....	385
Notas .....	388
8. Epílogo - A utopia realizada: o modelo de radiodifusão efetivamente democrático .....	389
Notas .....	395

9. Bibliografia .....	396
10. Fontes primárias .....	403
10.1. Coleções de jornais .....	403
10.2. Coleções de periódicos das entidades representativas do empresariado da radiodifusão .....	403
10.3. Coleções de documentos das agências estatais .....	404
10.3.1. RENAR .....	404
10.3.2. DENTEL .....	404
10.3.3. RADIPAR .....	404
10.3.4. AMSOP e prefeituras .....	404
10.3.5. Ministério das Comunicações .....	404
10.4. Entrevistas .....	405
10.4.1. RADIPAR .....	405
10.4.2. DENTEL .....	405
10.4.3. RENAR .....	405
10.5. Coleção de revistas .....	405
10.6. Outros documentos .....	406

SEGUNDA PARTE - ESTADO E MERCADO NA RADIODIFUSÃO:  
ALGUNS ASPECTOS

#### 4. O MODELO RADIOTELEVISIVO BRASILEIRO

##### 4.1 INTRODUÇÃO

Agora que conhecemos, em linhas gerais, o desenvolvimento histórico da exploração dos serviços de rádio e televisão na Europa e nos EUA, cabe falar do Brasil. Ao contrário do que se possa imaginar, a história da regulamentação da radiodifusão brasileira não se constitui numa realidade "peculiar", "atípica" ou, de alguma forma, "desviante" do padrão internacional. Muito pelo contrário, nossa radiodifusão se viu face a mesma ordem de problemas, limitações e possibilidades enfrentadas pelas suas congêneres européias e norte-americanas. E, por mais que estejamos contrariando um pouco aqueles que estão acostumados a interpretar nossa realidade por uma perspectiva que enfatiza o "atrasado", o

"tardio", ou o "peculiar", aqueles problemas se colocaram entre nós quase que exatamente na mesma época em que surgiram nos outros continentes.1

Sabemos que a chegada de uma inovação como os meios de comunicação de massa eletrônicos numa determinada sociedade guarda toda uma especificidade com relação aos outros ramos da atividade econômica. Diferentemente dos outros setores produtivos, a instalação de estações de rádio e TV coloca imediatamente a questão da guarda destes meios. Existem também outros dois tipos de problemas. O primeiro diz respeito à organização da exploração do espectro de frequências hertzianas. O segundo problema refere-se à sustentação financeira das estações. Estes três problemas (definição dos conteúdos transmitidos/ disciplinarização do uso das frequências/ sustentação econômica das estações) também se colocaram no Brasil praticamente na mesma época em que surgiram na Europa e nos EUA. E o que veremos a seguir.

Ainda neste capítulo tratarei de outros dois aspectos importantes para o entendimento do nosso modelo radiotelevisivo: o papel dos militares e o modo de funcionamento da administração do espectro radioelétrico.

#### 4.2 A CONSTITUIÇÃO DOS SERVIÇOS DE RADIO E TELEVISÃO NO BRASIL

As primeiras estações de rádio se instalaram aqui por volta de 1923. Eram iniciativas de pioneiros, homens dedicados à difusão da educação e da cultura ou ainda, simples curiosos e entusiastas. Lá fora teriam sido chamados de "radiomaníacos". As estações de rádio tinham um caráter eminentemente "público", uma vez que se dedicavam à transmissões de cunho litero-musical e se sustentavam com contribuições voluntárias de seus ouvintes. Estes eram chamados de "sócios" e, as estações geralmente se intitulavam "rádio-clubes". Nem se cogitava em transformar a radiodifusão em um empreendimento comercial. Por um lado, a posse de um aparelho receptor de rádio era um privilégio exclusivo das elites; logo, o alcance e a penetração social do novo meio de comunicação era demasiado restrito, o que o inviabilizava como instrumento de propaganda.<sup>2</sup> Por outro, a publicidade comercial nas estações de rádio esteve, até 1930, proibida por lei.

Havia ainda um outro fator a restringir o desenvolvimento do rádio: a necessidade de se requerer uma licença e pagar uma taxa ao Estado, para se possuir qualquer aparelho de rádio. A medida foi tomada em função dos apelos dos militares e dos gestores das comunicações públicas, desejosos de prevenir qualquer possibilidade de interferências nas transmissões essenciais à segurança nacional. 3

Devido à impossibilidade de se cobrar de maneira efetiva as taxas devidas pelos "radio-ouvintes", as estações de rádio funcionavam de maneira precária; dependiam de subvenções de entidades públicas e particulares; e, seu número permaneceu restrito a umas poucas dezenas em todo território nacional. Também o número de aparelhos receptores vai continuar reduzido durante toda a década de 1920, seja devido ao seu elevado custo, seja em função dos obstáculos de ordem legal citados acima.

O surgimento de um modelo de exploração dos serviços de rádio, mais capaz de garantir a expansão deste novo meio de comunicação, só ocorrerá na década seguinte, após a publicação do primeiro diploma legal importante dedicado especificamente ao assunto: o decreto n° 21.111



de 1931. Este decreto liberava a venda de 10% do horário disponível das emissoras para a veiculação de publicidade. Tal situação impôs-se devido à fragilidade do esquema de manutenção baseado em contribuições voluntárias. Foi a dificuldade de se efetivar o financiamento das rádios nestas bases que levou, afinal, à liberação da venda de publicidade. Contudo, o mercado publicitário ainda demoraria alguns anos para incluir, entre seus veículos de massa, a radiodifusão, em função do reduzido número de aparelhos receptores existentes.

O decreto nº 21.111 estabeleceu também uma primeira agência regulatória federal para a fiscalização das transmissões radioelétricas, incluindo aí a radiodifusão. Era a Comissão Técnica do Rádio (CTR) formada por três membros escolhidos pelo Presidente da República. Dois destes eram militares, sendo um do exército e outro da marinha. O terceiro membro era indicado pelo Departamento Nacional dos Correios e Telégrafos. Desde o início os militares foram postos na chefia desta comissão, senão por razões de ordem estratégica, certamente em função do monopólio do saber técnico deste ramo de atividade que eles detinham. Afinal, somente

no final na década de 1960 irão se instalar no Brasil os primeiros cursos de engenharia de telecomunicações mantidos por entidades não-militares. Este fato, por si só, garantiu que durante muito tempo os militares estivessem ligados as atividades de fiscalização e planejamento das comunicações brasileiras.

O decreto de 1931 estabeleceu também que caberia ao Presidente da República, e somente a ele, decidir sobre a conveniência de se conceder - ou não - a necessária licença de transmissão para as estações de rádio. Caberia à CTR opinar apenas sobre os fatores técnicos na instalação das emissoras, a fim de evitar interferências. Com exceção daquele aspecto anterior a CTR era, em suas atribuições e finalidades, praticamente idêntica à sua congênere norte-americana - a FCC. A diferença é que, no Brasil, não se conhecia ainda nada parecido com a saturação ou o congestionamento do espectro de frequências radioelétricas que, afinal, levou à criação da FCC. O fato é que a nossa agência regulatória surge antes que se faça necessário um tal nível de regulamentação.

É a partir de meados da década de 1930 que o rádio começa, de fato, a se transformar em um veículo de massas. O seu número aumenta significativamente, levando as empresas publicitárias a considerarem o novo meio como mais uma opção para veiculação de suas mensagens. Paralelamente vão sendo lançados receptores mais modernos e confiáveis, o que torna a prática de ouvir rádio bem mais confortável.

Indício seguro de que a radiodifusão vai passando de uma mera curiosidade a uma atividade empresarial significativa é o surgimento das primeiras entidades dedicadas à defesa dos interesses do empresariado da radiodifusão. Em 1933 é fundada no Rio de Janeiro a Confederação Brasileira de Radiodifusão. No ano seguinte funda-se a Federação Paulista das Sociedades de Rádio, que mais tarde tornou-se a AESP (Associação de Emissoras do Estado de São Paulo).<sup>3</sup>

O surgimento de uma agência regulatória federal para o ramo, as significativas vendas de aparelhos receptores e, a sustentação financeira das emissoras pelas verbas oriundas da publicidade, pareciam apontar para uma afiliação

definitiva da nossa radiodifusão ao modelo norte-americano de exploração daqueles serviços. Todavia, mal estas características haviam se feito presentes quando surgiram as primeiras propostas para o retorno a algum tipo de radiodifusão pública.

Com o golpe de 1937 e a subsequente implantação do "Estado-Novo" capitaneado por Getúlio Vargas, as estações de rádio são colocadas sob a vigilância e censura do DIP (Departamento de Imprensa e Propaganda - órgão da Presidência da República). E é nesta ocasião que surgem diversas propostas para a criação de uma rede nacional estatal, visando a concretização dos ideais de formação da cultura e integração da população brasileira, preconizados pelos intelectuais ligados ao regime. Mas os custos envolvidos no projeto, bem como a necessidade de se compor com toda uma gama de interesses privados (inclusive aqueles dos empresários da radiodifusão) acabam por tornar sua execução inviável. Persistiu, portanto, uma radiodifusão de caráter exclusivamente comercial e privado.4

Ainda durante o Estado-Novo (1937-1945) se verificam as primeiras tentativas de um maior ordenamento jurídico do setor, por parte do empresariado da radiodifusão. Até então, aquela atividade era regulamentada por toda uma série de portarias, normas e regulamentos produzidos pela CTR. Tal profusão normativa, frequentemente arbitrária e contraditória, sujeitava os proprietários de estações de rádio a um situação de permanente insegurança, tornando-os dependentes da boa vontade do poder central. Além disso, tiveram as estações de rádio de se conformar à obrigatoriedade da transmissão da "Voz do Brasil", noticioso preparado pelos poderes constituídos que, aliás, permanece até hoje.

Somente no fim da ditadura varguista é que começam a serem efetivadas as primeiras tentativas do empresariado da radiodifusão no sentido de impor uma legislação que atendesse aos seus interesses, e os tornasse menos sujeitos às ingerências do Poder Executivo Federal. Foram feitos diversos contatos com parlamentares, notadamente da UDN, então o grande partido de oposição, para se encaminhar ao Congresso Nacional os projetos de lei que fossem do

interesse dos radiodifusores. Neste sentido, verificou-se uma convergência de interesses por parte dos empresários e das forças de oposição à República Populista (1946-1964). Ambos desejavam eliminar as ingerências de ordem política do governo na radiodifusão.<sup>5</sup>

Estes objetivos só serão efetivamente alcançados em 1962 quando, graças a uma aliança com setores militares interessados na modernização das nossas comunicações e, uma ampla mobilização política da categoria dos radiodifusores, conseguiu-se a aprovação do Código Brasileiro de Telecomunicações (CBT). Neste código os empresários da radiodifusão conseguiram assegurar para si um amplo leque de vantagens, como por exemplo a fixação definitiva dos prazos de concessão em 10 anos para as estações de rádio e 15 anos para as de TV, além de dificultar ao extremo a ação repressiva do Executivo e, garantir para si próprios os mais amplos direitos de defesa no caso de alguma transgressão aos regulamentos vigentes. Antes da promulgação do código, os prazos de duração das concessões eram mudados arbitrariamente pelo Presidente da República, e as emissoras autuadas por motivos "técnicos" sempre que entravam em

conflito com o poder constituído. Já da parte dos militares interessava, por questões afetas à segurança nacional, a nacionalização dos serviços de telecomunicações públicas, através da criação de empresas estatais monopolistas voltadas à sua exploração. É o CBT que cria a EMBRATEL e prevê os fundos para sua sustentação.

Com a promulgação do CBT, as telecomunicações passam a ser administradas por um órgão colegiado, o Conselho Nacional de Telecomunicações (CONTEL), em substituição à antiga CTR. A composição do CONTEL incluía membros do Congresso Nacional, partidos políticos, forças armadas e outros titulares do Poder Executivo. Foi criado também um órgão executivo, subordinado ao CONTEL, para implementar as políticas de telecomunicações: o Departamento Nacional de Telecomunicações (DENTEL).

A entrada em vigor do CBT institucionalizou um novo padrão de relacionamento entre agências regulatórias e classe capitalista privada que era amplamente favorável a esta última. Não obstante, permaneceu - exclusivamente - nas mãos do Presidente da República, o poder de conceder

licenças para exploração dos serviços de radiodifusão, tal qual se verificava desde o decreto nº 21.111 de 1931. O golpe militar de 1964 vai alterar radicalmente esta situação. Atendendo aos objetivos expressos na Doutrina de Segurança Nacional (DSN) tal qual foi desenvolvida pelos teóricos da Escola Superior de Guerra (ESG), os militares agirão no sentido de, por um lado, desenvolver toda uma infraestrutura voltada para a solução dos problemas de ordem técnica que afligiam as telecomunicações públicas e a radiodifusão privada - respaldados, no caso, pelo texto do CBT - e, por outro, irão eliminar quase todas as vantagens e garantias obtidas pelo empresariado da radiodifusão em 1962. Será reintroduzida a política de negociação caso-a-caso, vigente no período inicial da regulamentação daquele ramo de atividade sob Getúlio Vargas. Será adotada uma política que visa beneficiar os meios de comunicação de massa eletrônicos cujos titulares se identificam com os propósitos do Regime Militar (1964-1965), ao passo que se estreitarão os controles sobre as empresas suspeitas de colaboração com o governo deposto. Para a execução desta política foi indispensável o "fechamento" dos centros decisórios; o CONTEL foi extinto e, suas



atribuições passadas ao recém-criado Ministério das Comunicações, cujos titulares, com exceção do primeiro e do último, serão todos militares.

Paralelamente, são estes mesmos militares que irão chamar para si a tarefa de integrar o Brasil através das telecomunicações. A participação no uso de um satélite internacional (1965), ao lado da constituição de um sistema de troncos de microondas (1969-1973), permitirá finalmente, a interligação de todos o país através de telefone e televisão.

Além da implantação desta gigantesca infra-estrutura, caberá ao Ministério das Comunicações se ocupar, em maior ou menor grau, de praticamente todos os aspectos relacionados à atividade radiotelevisiva privada, através do DENTEL, que ficou a ele subordinado. Um breve exame das atribuições deste órgão mostra que, de fato, sua presença se impôs em todos os ramos da indústria da radiodifusão. Senão vejamos: escolha das frequências a serem consignadas às novas estações e registro das estações já existentes (em média, 50 itens para cada uma); a escuta das irradiações de qualquer tipo de serviço; a medição dos parâmetros radioelétricos das irradiações; a vistoria das instalações para

licenciamento; a solução de problemas de interferências detectados; detecção e localização de estações ilegais; homologação e registro de aparelhos destinados a serem utilizados em telecomunicações; a inspeção das indústrias fabricantes de equipamentos homologados, etc. 7

Além do DENTEL, outros órgãos também estão voltados para a área da radiodifusão. Os principais são a Secretaria de Serviços de Radiodifusão (SSR) e, até bem pouco tempo atrás, a Empresa Brasileira de Radiodifusão (RADIOBRAS). A SSR compete, entre outras atribuições, a elaboração e a atualização das normas e critérios técnicos para a execução dos serviços de radiodifusão; o apoio ao desenvolvimento e a expansão das indústrias de equipamentos utilizados nos serviços de radiodifusão e; a coordenação das atividades de outros órgãos da administração voltados para o setor. Já a RADIOBRAS foi criada em 1975 com a finalidade de englobar a administração de todas as emissoras do Governo Federal. Estas emissoras foram instaladas, preferencialmente, nas regiões de baixa densidade demográfica e pouco interesse comercial e que, por isso mesmo, não atraiam o

interesse da iniciativa privada. Até 1984 a RADIOBRAS operava 10 estações de Onda Média (inclusive a legendária Rádio Nacional do Rio de Janeiro, fundada em 1937), 2 em Ondas Curtas, 6 em Ondas Tropicais (todas na região norte), 12 em Frequência Modulada e oito de televisão (todas nas regiões norte e centro-oeste). Finalmente, a empresa mantinha um serviço de ondas curtas para irradiações destinadas ao estrangeiro, cobrindo com uma programação transmitida em inglês, português, espanhol, alemão e francês, vastas áreas das três Américas e da África. Mais de 90% das estações operadas pela RADIOBRAS foram instaladas após a fundação da empresa. Recentemente, nos últimos meses do governo José Sarney (1985-1990), iniciou-se um acelerado processo de privatização destas emissoras, através de leilões públicos. A intenção do governo foi destinar à exploração da iniciativa privada todas as estações que, em função do extraordinário desenvolvimento das chamadas "zonas de fronteira", ganharam viabilidade econômica. Neste mesmo período a RADIOBRAS passou a ser controlada pelo Ministério da Justiça. Em tempos ainda mais recentes (1990), a pasta das comunicações perdeu seu status de ministério, convertendo-se em uma secretaria

subordinada ao recém-criado Ministério da Infra-estrutura.

#### 4.3 O PAPEL DOS MILITARES

No processo de introdução dos serviços radiotelevisivos tiveram um papel importante, como vimos, os militares. Sua presença no debate sobre a adoção de um determinado modelo de exploração do rádio e da televisão sempre foi uma constante em toda parte. Na Europa, ao esgrimir argumentos de ordem estratégica e militar, eles contribuíram significativamente para que se fizesse a opção por um modelo radiotelevisivo público. Nos EUA as forças armadas logo ocuparam um lugar de destaque no debate sobre as diversas possibilidades de organização dos serviços de rádio e televisão, bem como da disciplinarização do uso do espectro de frequências radioelétricas.

Também no Brasil os militares tiveram um papel importante no processo de constituição do nosso modelo radiotelevisivo. Mas não se pode deixar de notar que, entre nós, tal participação

teve uma importância que ultrapassa, em muito, aquela que se verificou em qualquer outra situação nacional aqui examinada. O papel de destaque, central mesmo, desempenhado pelas forças armadas no desenrolar da história do rádio e da televisão, constitui-se numa das especificidades do caso brasileiro.

Este papel se manifesta de forma mais nítida em três momentos: 1º) na composição da Comissão Técnica do Rádio (1931-1962); 2º) na idealização de uma rede nacional de comunicações, institucionalizada no Código Brasileiro de Telecomunicações (1962); 3º) na composição da alta cúpula do Ministério das Comunicações (a partir de 1967). Neste item examinaremos cada um destes aspectos.

Já tivemos oportunidade de citar, na seção anterior, o papel preponderante dos militares na composição da Comissão Técnica do Rádio. Fosse em função do monopólio do saber técnico que eles dispunham, fosse por razões de ordem estratégica ou relacionadas à Segurança Nacional, o fato é que a cúpula da CTR era composta majoritariamente por elementos das forças armadas. A importância desta composição não reside propriamente no fato de que, desta forma, estaria assegurada a

prevalescência dos pontos de vista dos militares. Aliás, a essência das políticas desenvolvidas pela CTR era definida fora da comissão; tal se dava no âmbito da Presidência da República, responsável também pela nomeação dos seus membros.<sup>9</sup> A participação militar na CTR foi importante devido à experiência que ali as forças armadas adquiriram na administração das comunicações públicas. Tal experiência foi fundamental para a concretização de uma proposta militar de modernização das telecomunicações: a interligação de todo país através de troncos - estatais - de microondas.

Mas não foi só a experiência de gestores da CTR que informaram o pensamento e a prática das forças armadas no que diz respeito às comunicações públicas. Também o crescimento e a modernização das entidades militares, a partir da segunda metade da década de 1950, cumpriram um importante papel. Dispondo de mais da quinta parte do orçamento nacional, as forças armadas experimentaram, no governo de Juscelino Kubitschek (1956-1961), um processo de intenso aperfeiçoamento e remodelação.<sup>10</sup> O exército, por exemplo, no que diz respeito às comunicações, inaugurou uma fábrica de material de rádio em São

Paulo e criou uma nova arma, especificamente voltada para o setor. A lei de número 3.654 de 4 de novembro de 1959 dispõe sobre a criação e a organização da Arma de Comunicações. O título terceiro que trata das atribuições da nova arma diz:

"Art. 19. A Arma de Comunicações é organizada e preparada para:

- a) instalar e explorar os vários meios e sistemas de comunicações necessários ao exercício do comando, na paz e na guerra;
- b) encarregar-se das atividades de fotografia e cinematografia, bem como da busca de informes através do serviço de escuta e localização;
- c) realizar o suprimento do material especializado;
- d) incumbir-se das atividades concernentes ao estudo e fabricação do material de comunicações;
- e) cooperar na instalação e exploração dos sistemas de comunicações nacionais, estimulando inclusive o seu progresso técnico."11

Desta transcrição interessa-nos particularmente as letras "d" e "e". Elas representam a institucionalização do pensar as comunicações, por parte do exército, num nível que extrapola em muito as finalidades exclusivamente militares. Tal pensamento não

demoraria a se manifestar. Por volta de 1961, procurando influir nas discussões levadas à cabo no interior do Congresso Nacional em torno de um futuro Código Brasileiro de Comunicações, o Poder Executivo nomeou uma comissão de assessores para encaminhar sugestões para o anteprojeto do código que já tramitava na Câmara dos Deputados. Tal comissão era composta pelo Diretor Geral do Departamento dos Correios e Telégrafos, do Diretor dos Telégrafos do DCT, de um representante do Estado Maior das Forças Armadas (EMFA), de um membro da CTR indicado pela Aeronáutica e o consultor jurídico da CTR.

Uma vez elaboradas as sugestões, tratou-se de proceder-se à sua incorporação no anteprojeto. Para tanto, a comissão de assessores entrou em contato com os seus relatores. O resultado foi a criação, por parte do senado, de uma comissão mista, que deveria estudar a inclusão destas sugestões que se tornaram conhecidas como o "Substitutivo Nicolau Tuma" (UDN). Estas sugestões nada mais eram que diretrizes do EMFA, que podem ser assim resumidas:



- "a) centralização do poder regulador num órgão federal (o CONTEL);
- b) previsão do sistema nacional de telecomunicações, formado pela integração da Rede Federal e das Estaduais;
- c) criação da EMBRATEL para a execução da Rede Federal (troncos principais do sistema nacional);
- d) previsão do Fundo Nacional de Telecomunicações (FNT) para acelerar a implantação do sistema nacional de telecomunicações;
- e) pela manutenção da política liberal prevista pela constituição."12

A preocupação dos militares era, portanto, muito mais para com o desenvolvimento da telefonia em particular, e das telecomunicações em geral, do que com o rádio e a televisão. Porém, a subsequente concretização desta proposta, consubstanciada no texto final do Código Brasileiro de Telecomunicações, terminaria por favorecer desmedidamente o desenvolvimento da televisão privada. Tal é o tema do nosso último capítulo.

A seriedade com que os militares viam os problemas relacionados com o desenvolvimento das comunicações vai se manifestar, mais uma vez, por ocasião da criação de um ministério especificamente voltado para o setor. O Ministério das Comunicações, criado em 1967,

subordinou a si todas as empresas estatais dedicadas à este ramo de atividade (EMBRATEL, ECT, TELEBRAS, etc.) e sua jurisdição se estendeu também à radiodifusão privada, através da ação do DENTEL.

Na composição da alta cúpula deste órgão os militares, notadamente aqueles oriundos da arma de comunicações ou ainda, com cursos de especialização na matéria, sempre tiveram um papel de importância.<sup>13</sup> No governo do Marechal Costa e Silva (1967/1969), dentre os militares que ocupavam postos importantes no Ministério das Comunicações, dois merecem destaque: o Secretário Geral do ministério e o Diretor Geral do DENTEL. O primeiro tinha, dentre os seus títulos, o curso de especialista em comunicações do Instituto Militar de Engenharia; o segundo era um oficial da arma de engenharia, com curso da Escola de Comunicações do Exército.

No Governo Médici (1969/1974) o próprio ministro era um militar, oficial de engenharia com curso na Escola de Comunicações e vários outros cursos da área realizados nos EUA. Além, este oficial foi o primeiro instrutor-chefe do curso de comunicações da AMAN (Academia Militar das Agulhas Negras). Também os importantes cargos

de Secretário Geral do ministério e de Diretor Geral do DENTEL continuaram a ser ocupados por oficiais do exército. No primeiro caso por um oficial com curso de engenharia do IME, na especialidade de comunicações; no segundo, por um oficial da arma de engenharia, com curso nos EUA.

No governo Geisel (1974/1979) o cargo de ministro é exercido por um almirante, também um especialista em comunicações, com vários cursos daquela especialidade, inclusive no exterior. O cargo de Secretário Geral passa para um civil, mas o de Diretor Geral continua com um oficial do exército especialista em comunicações.

Finalmente, no governo Figueiredo (1979/1985) o ministério volta a ser dirigido por um oficial do exército, enquanto que o cargo de Secretário Geral continua a ser exercido por um civil, e o de Diretor Geral do DENTEL por um militar da arma de engenharia, especialista em comunicações. Para o governo Figueiredo foi possível se levantar de forma mais ampla a presença de militares, de diversas forças e armas, no interior do Ministério das Comunicações. Tal levantamento revelou o seguinte: a) no ministério propriamente dito: das trinta secretarias, diretorias, assessorias e

consultorias, seis eram ocupadas por militares ou ex-militares; b) na Telecomunicações Brasileiras S.A. (TELEBRAS S.A.) dos dez cargos de chefia e diretoria, cinco eram ocupados por militares; c) finalmente, a presidência da Empresa Brasileira de Radiodifusão (RADIOBRAS) era exercida por um general do exército.<sup>14</sup>

Foi somente em tempos mais recentes, a partir do fim do regime militar, que o cargo de Ministro das Comunicações voltou a ser exercido por um civil. Durante o governo José Sarney (1985/1990) ocupou a pasta das comunicações o Sr. Antonio Carlos Magalhães. Assim, o que se constata é que desde o surgimento dos primeiros órgãos estatais voltados para a radiodifusão, neles se verificou a participação massiva de militares. Foi assim na Comissão Técnica do Rádio, no CONTEL e, finalmente, no antigo Ministério das Comunicações. E tal participação influenciou profundamente no desenvolvimento do "modelo brasileiro" de exploração dos serviços de rádio e televisão.

#### 4.4 A ADMINISTRAÇÃO DAS COMUNICAÇÕES

O órgão do governo federal que centralizou as atividades de regulamentação e fiscalização das atividades das empresas de rádio e televisão em todo o país foi o DENTEL (Departamento Nacional de Telecomunicações), subordinado ao antigo Ministério das Comunicações. Já nos referimos à área de competência do DENTEL, sendo desnecessário repetir aqui o vasto elenco de atribuições deste órgão, que não dizem respeito só à radiodifusão, mas a todo universo das telecomunicações em geral. Por ora, basta lembrar que a este departamento cabia se ocupar de todos os aspectos técnicos, científicos e administrativos relativos à atividade radiotelevisiva. Nosso interesse presente é o de expor a estrutura funcional, isto é, a organização interna, o modo de funcionamento e a distribuição no território nacional daquela agência e suas representações.

O DENTEL tem sede em Brasília (DF). Seus órgãos de direção e operação se constituem de seis divisões, cada uma com uma área de atuação

específica: fiscalização, radiomonitoragem, radiodifusão, telecomunicações, cadastro técnico, gerenciamento de frequências e apoio administrativo.16

A Divisão de Fiscalização, como o nome indica, tem a seu cargo a fiscalização dos serviços de telecomunicações. A Divisão de Radiomonitoragem se encarrega de monitorar a utilização do espectro radioelétrico, bem como a realização de estudos que visem otimizar o uso deste. Esta Divisão tem a seu cargo a Rede Nacional de Radiomonitoragem (RENAR), sobre a qual falaremos mais adiante. A Divisão de Radiodifusão controla e revisa as normas jurídicas e técnicas dos serviços de rádio e televisão. A Divisão de Telecomunicações faz o mesmo com relação à radiocomunicação. A Divisão de Cadastramento Técnico arquiva os dados relativos aos concessionários e permissionários dos diversos serviços. A Divisão de Gerenciamento de Frequências tem a seu cargo a importante tarefa de programar, promover e controlar a administração de frequências, incluindo-se aí a elaboração dos Planos Básicos de Distribuição de Frequências para todas as modalidades de serviços de telecomunicação e de radiodifusão. Finalmente,

a Divisão de Apoio Administrativo gerencia os recursos materiais e humanos necessários ao funcionamento de toda esta estrutura, inclusive realizando a administração financeira e orçamentária do órgão.

Além da sua sede em Brasília o DENTEL conta com 13 diretorias regionais e 20 agências, espalhadas por diferentes estados da federação, encarregadas da execução das atividades atinentes ao órgão. Cada uma destas diretorias regionais se compõe de cinco seções distintas: Cadastramento Técnico, Fiscalização, Radiodifusão, Telecomunicações e Apoio Administrativo, cada uma com atribuições semelhantes àquelas das Divisões do DENTEL em Brasília.

Mas o item mais impressionante desta estrutura, pela ambição explícita de seus objetivos e pelo alcance das suas atividades, é mesmo a Rede Nacional de Radiomonitoragem (RENAR), criada em 1981. Em determinada ocasião a RENAR foi descrita como "... o mais importante empreendimento governamental de todos os tempos na área de fiscalização das telecomunicações e da administração de frequências radioelétricas no país...".<sup>17</sup> É fácil de se entender a correção desta afirmativa se nos determos nos objetivos

consignados à tal rede e à sua extensão.

A RENAR, como o próprio nome indica, se destina à radiomonitorar o uso do espectro de frequências radioelétricas, objetivo que comporta as seguintes dimensões: observação das estações de rádio instaladas no país, efetuando a medição das características técnicas das suas emissões; apoio à fiscalização dos serviços de telecomunicações; detecção de estações de rádio não-licenciadas ("piratas"); e, finalmente, a pesquisa e o estudo do espectro de frequências radioelétricas, com vistas a maximização do seu uso.

Estas diversas dimensões do serviço da RENAR se desdobram num número bastante elevado de tarefas. A rede tem a seu cargo a observação da ocupação do espectro de frequências na faixa de 10 KHz até 1.000 Mhz, e acumula tanto os encargos relativos à fiscalização da atividade radiotelevisiva e de telecomunicações, quanto aqueles voltados para a pesquisa "pura", por assim dizer, do comportamento das ondas eletromagnéticas no espaço. Além disso, a rede deve cooperar com os órgãos internacionais dedicados à administração das frequências (ver capítulo segundo) e se ocupar das emissões



estrangeiras que eventualmente possam causar transtornos às estações nacionais.

A importância da RENAR fica ainda maior quando se leva em conta que à graças aos seus estudos que o DENTEL pode renovar a homologação - ou não - da licença de fabricação de um determinado equipamento de transmissão. Afinal, são os estudos e medições da RENAR que permitem aferir os índices de qualidade e segurança dos transmissores de fabricação nacional utilizados pelas nossas estações. E também em função das medições sistemáticas da rede que se pode elaborar os diversos Planos Básicos de Distribuição de Frequências, seja descobrindo "claros" inaproveitados no espectro de frequências para cada região, seja antevendo a possibilidade da ocorrência de eventuais "congestionamentos". Além de tudo isso, cabe destacar a importância da Rede em se tratando da repartição à nível mundial daquele espectro. E o correto conhecimento da ocupação das frequências disponíveis, tanto à nível interno quanto externo que permite ao Brasil reivindicar, junto à O.I.T., uma fatia maior do espectro para os seus serviços de comunicação. Para desempenhar este amplo elenco de tarefas a RENAR conta com oito

estações fixas e 17 estações móveis, estas últimas instaladas em caminhões e kombis.

Toda esta estrutura foi alvo, a partir do Governo José Sarney (1985-1990), de um prolongado e intenso processo de desinvestimento que se manifesta através dos cortes de verbas e da redução do pessoal destas entidades. Estes cortes se deram em função do reduzido volume de recursos destinado pelo governo à atividade de fiscalização da radiodifusão, bem como à impossibilidade de se manterem atualizados os valores das multas cobradas das estações infratoras, que se constituíam numa fonte de renda importante do DENTEL. Pesquisa efetuada nas agências fiscalizatórias situadas no Estado do Paraná (Diretoria Regional do DENTEL em Curitiba e Estação da RENAR em Cascavel) nos permitiu constatar a drástica redução da capacidade de atuação destes serviços que tem se verificado em tempos recentes, conduzindo-os à situações perigosamente próximas à inoperância.<sup>18</sup>

Existia até algum tempo uma outra dimensão da regulamentação estatal da radiodifusão que até aqui vínhamos deixando de lado e que, antes de encerrarmos esta parte, cabe comentar. Diz respeito ao controle que era exercido - até o fim

da década passada - sobre os conteúdos irradiados pelas emissoras privadas. De fato, além da observância às normas técnicas estabelecidas, cabia às emissoras de rádio e televisão o enquadramento das características da sua programação a um outro conjunto de regras específicas. Estas normas diziam respeito a fatores de ordem moral, social, cultural e fiscalizatória. Além disso, também se remetiam a questões afetas à "segurança nacional" e à proteção ao consumidor.

Os fatores de ordem moral presentes na legislação a que fizemos referência, e cuja não-observância caracterizava uma "conduta irregular" passível, portanto, de imputação de penalidades eram:

"Ultrajar a honra nacional; ofender a moral familiar, pública ou os bons costumes; caluniar, injuriar ou difamar os poderes (constituídos); não utilização da linguagem correta (incluindo aí) expressões destoantes do vernáculo, denominações incorretas, expressões indecentes e frases maliciosas; e, (a não manutenção) de um elevado sentido moral e cívico na programação."19

Os aspectos de ordem social eram os seguintes:

"Promover campanha discriminatória de classe, cor, raça ou religião; (veicular) programa que possa exercer influência nefasta ao espírito infante-juvenil, pelos assuntos de crueldade ou desumanidade de vícios e crimes; que contenham efeitos auditivos que possam causar alarme ou pânico; que explorem assuntos deprimentes, vícios ou perversões, anomalias que possam induzir aos maus costumes, ou sugerir a prática de crimes..."<sup>20</sup>

A legislação previa, de certa forma, a utilização dos meios de comunicação de massa como instrumentos de aperfeiçoamento intelectual da população, bem como a proteção da cultura nacional, da seguinte forma:

"(proibindo veicular programa) que sirva para explorar as crenças ou incitar a superstição através da grafologia, do hipnotismo, da cartomância, da astrologia, etc. (obrigando a irradiação) de um mínimo de 50% de músicas brasileiras, do total de músicas populares irradiadas... e de cinco horas por semana para os programas educacionais (Projeto Minerva, etc.); somente estações de ondas curtas poderão, mediante prévia autorização do DENTEL, realizar programas falados em idiomas estrangeiros; (obrigar-se) a exibição de pelo menos um filme nacional por semana; e, a exibição de filmes estrangeiros requer a obrigatoriedade de dublagem em português; e, (estipulando) um mínimo de 5% do horário da programação diária para a transmissão de serviço noticioso."21

Já os itens relativos à "segurança nacional" eram:

"(a proibição de) incitar a desobediência à leis ou decisões do judiciário; divulgar segredos de Estado ou assuntos que prejudiquem a defesa nacional; fazer propaganda de guerra ou de processo de subversão da ordem política ou a indisciplina nas Forças Armadas ou nas organizações de segurança pública; comprometer as relações internacionais do país; e colaborar na prática de rebeldia, desordens ou manifestações proibidas."22

Todos estes mecanismos foram caindo em desuso a partir da promulgação da atual constituição (1988) que extinguiu a censura, e definitivamente abandonados a partir de duas portarias do Ministro da Infra-Estrutura, Osires Silva, que promulgadas logo na primeira semana de agosto de 1990, tiraram do DENTEL a atribuição de vigilância dos conteúdos transmitidos pelas emissoras. Com relação a estes conteúdos, persiste ainda a limitação do tempo dedicado à irradiação de comerciais ("25% do tempo da programação diária da emissora"), bem como a obrigatoriedade da transmissão dos programas informativos dos poderes públicos ("Voz do Brasil"), da integração às cadeias de transmissão requisitadas pelo poder executivo (pronunciamentos das autoridades) e judiciário (Horário Eleitoral Gratuito).<sup>23</sup>

Contudo, a Assembléia Nacional Constituinte fez mais do que meramente extinguir a censura. Ela também estabeleceu que os meios de comunicação não poderiam "... direta ou indiretamente, ser objeto de monopólio ou oligopólio",<sup>24</sup> além de impor a estes a observância da transmissão de conteúdos com finalidades educativas, artísticas, culturais e

informativas. Também se decidiu que os meios de comunicação de massa eletrônicos deveriam, obrigatoriamente, incrementar a regionalização da sua programação e respeitar os valores éticos e sociais da pessoa e da família.<sup>25</sup> Como todos estes aspectos dependem de legislação complementar - que ainda não foi elaborada - eles permanecem em desuso.

#### 4.5 CONCLUSÃO

Com isso apresentamos, em linhas gerais, a participação dos poderes públicos na regulamentação (e implantação de toda uma infraestrutura, como veremos em detalhe mais tarde) específica para a radiodifusão. É possível se dizer, então, a qual modelo de exploração dos serviços de rádio e televisão o Brasil se filia? Apesar da extensão e profundidade das normas que regem o setor (e dos mecanismos que podem ser acionados para a sua efetivação), da presença de um grande - mas decrescente - número de estações do governo, o modelo de exploração da radiodifusão no Brasil pode ser considerado como

privado e comercial, isto é, norte-americano? O Ministério das Comunicações concordava com esta postura, e assim exprimia a sua opinião:

"Os serviços de radiodifusão são executados, no Brasil, de forma mista. Convivem, aliás em perfeita harmonia, o serviço privado e o estatal. Pode-se afirmar, no entanto, face ao pequeno número de estações governamentais, que a radiodifusão brasileira é uma atividade eminentemente **privada.**" (grifos meus)26

Entretanto, há um aspecto por nós ainda não-considerado e que, pela sua importância, pode vir em reforço da tese da existência de algum tipo de "sistema misto": a obrigatória e gratuita vinculação, por todas as emissoras de rádio - e em menor grau, de TV - de certos conteúdos de ordem pública. Referimo-nos ao "Projeto Minerva", "Voz do Brasil", "Conversa ao Pé do Rádio", ao horário eleitoral gratuito cedido aos candidatos a cargos eletivos através do Tribunal Superior Eleitoral (TSE), ao programa de uma hora de duração que cada partido político tem direito de transmitir, anualmente e em cadeia nacional (também gratuitamente), aos dez minutos diários que são cedidos à Secretaria de Divulgação da Presidência da República, etc. Tudo isso sem contar programas



eventuais, como o Diário da Constituinte (1987/1988) e a requisição de cadeias para pronunciamentos do Ministro da Justiça ou do próprio Presidente da República. 27

Sabemos que o modelo europeu de exploração dos serviços radiotelevisivos se define pela existência, seja pela forma mista, seja pelo monopólio, de emissoras públicas. Em países como a Itália e a Holanda, permite-se o acesso de entidades da sociedade civil ao uso de determinados percentuais do tempo de transmissão, o que só reforça o caráter de "coisa pública" destas emissoras. Nos EUA tal procedimento inexistente, uma vez que a radiodifusão é um negócio privado, mantido com verbas publicitárias e, o tempo de transmissão divide-se entre a irradiação de programas de larga penetração popular e mensagens publicitárias pagas. Até mesmo a propaganda política - seja institucional, seja eleitoral - é paga, nivelando-se conseqüentemente, com a propaganda comercial comum. Ou seja, quem quiser, nos EUA, ter acesso aos meios de comunicação de massa como emissor tem duas opções: ou adquire uma emissora de rádio ou TV, ou compra naquelas já existentes o tempo de

transmissão de que necessita (embora, como vimos, a televisão a cabo esteja mudando estas práticas).

O Brasil poderia, perfeitamente, se filiar ao modelo norte-americano de radiodifusão, se não fosse a obrigatoriedade a que se submetem as suas emissoras, no sentido de veicular gratuitamente toda uma série de propagandas e programas dos poderes constituídos e dos partidos políticos. Isto ocorre à nível federal. Ao nível das administrações públicas estaduais se verificam práticas igualmente peculiares e que tornam, no mínimo, problemática a nossa automática veiculação, seja ao modelo norte-americano, seja ao modelo europeu (tanto na sua forma original, quanto na sua forma mista). Referimo-nos ao papel dos executivos estaduais como grandes anunciantes - os maiores, aliás - das empresas de comunicação eletrônicas e, a concessão de generosos subsídios por parte das companhias estaduais de eletricidade e telefonia àquelas mesmas empresas (estes aspectos são abordados no último capítulo).

Esperamos ter caracterizado neste capítulo, ainda que em linhas gerais, o modelo - por assim dizer - brasileiro de exploração dos

serviços radiotelevisivos. Tal caracterização não visa esgotar o entendimento deste modelo, mas somente apontar algumas das seus aspectos mais importantes. Assim procedendo, esperamos poder fornecer aos leitores os elementos que lhes permitam entender as discussões, campanhas e reivindicações do empresariado da radiodifusão, no período que antecede a promulgação da atual constituição (1988). Tais serão os aspectos a serem abordados também no último capítulo.

## Notas ao quarto capítulo

1. Para uma crítica da Teoria das Peculiaridades ver o divertido artigo de MUNAKATA, Kazumi. Compromisso do Estado. In: **Revista Brasileira de História** nº 7, São Paulo, Editora Marco Zero/ANPUH, 1984, p. 58
2. FEDERICO, M.E.B. **História da comunicação: rádio e TV no Brasil**. Petrópolis, Vozes, 1982. pp. 35-40
3. SAMPAIO, M.F. **História do rádio e da TV no Brasil e no mundo (memórias de um pioneiro)**. Rio de Janeiro, Achiamê, 1984. p. 160
4. ORTIZ, R. **A moderna tradição brasileira**. São Paulo, Brasiliense, 1988. p. 53
5. BENEVIDES, M.V.M. **A UDN e o udenismo: ambiguidades do liberalismo brasileiro (1945-65)**. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1981. A autora comenta que na convenção nacional daquele partido em 1957 "... a luta pela liberdade do rádio e da televisão" foi alçada à condição de tema central das preocupações da entidade. De fato, parlamentares udenistas tiveram papel dos mais destacados, em todas as fases da elaboração do Código Brasileiro de Telecomunicações. p. 104.
6. VIANNA, G. **Direito de Telecomunicações**. Rio de Janeiro, Editora Rio, 1976. No capítulo VII o autor faz um pormenorizado relato das indas e vindas da legislação de radiodifusão da época.
7. BRASIL, Ministério das Comunicações. **Anuário 1984**, Brasília, 1984. p. 23

9. Veja-se, por exemplo, este episódio narrado pelo jornal "Última Hora" de 4 de agosto de 1962 à p. 6: "Emissoras: Tem um sentido muito mais amplo do que uma simples troca de nomes a nomeação do Coronel Leonel Nei para o cargo de Diretor da CTR. Segundo estamos informados, pelas melhores fontes militares, a convocação daquele oficial para a CTR liga-se ao objetivo imediato de chamar às falas as emissoras de rádio e televisão, que ora se excedem em críticas e insultos às autoridades constituídas. TV e rádio são concessões federais, feitas por favor, a título precário - por isso mesmo cassáveis a qualquer instante. E o governo não está disposto a assistir a continuação deste tipo de espetáculo: o favor do governo transformado em arma, não de liberdade de imprensa - que é justa - mas de agitação com fins definidos contra a ordem pública. Ao convidar um oficial como o Coronel Nei - conhecido por sua firmeza de autoridade e por sua honradez - para aquele posto, o Ministro da Justiça o fez na certeza de que a situação vai mudar - pois é para mudar mesmo."

10. BENEVIDES, M.V.M. **O governo Kubitschek: desenvolvimento econômico e estabilidade política, 1956-1961.** Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1976. p. 184.
11. Também foi criada, nesta mesma lei nº 3.654 de 4/11/1959, a arma de engenharia e o quadro de material bélico.
12. VIANNA, op. cit. p. 139
13. Agradeço ao Serviço de Relações Públicas da 5ª Região Militar/DI que, através de exaustiva consulta à Coleção de Almanques do Exército, levantou estas informações.
14. BRASIL, Ministério das Comunicações. Anuário 1984, Brasília, 1984. pp. 6-9
16. \_\_\_\_\_, pp. 20-32

17. RENAR - REDE NACIONAL DE RADIOMONITORAGEM, Ministério das Comunicações, Departamento Nacional de Telecomunicações. Folheto publicitário do órgão. Sem data, sem local de publicação.
18. Agradeco ao engenheiro Marcos José Elias (RENAR) e ao Sr. Juarez da Costa César (DENTEL) as informações prestadas. Resumidamente, pode-se dizer que aquelas agências - que deveriam cobrir todo o território nacional - só atuam com um mínimo de eficiência sobre as emissoras que estão na sua imediata vizinhança. Como resultado, o número de aparelhos particulares de radiocomunicação ilegais já ultrapassou o de licenciados.
19. BRASIL, Ministério das Comunicações. Departamento Nacional de Telecomunicações. Manual de fiscalização indireta. Sem data, sem local de publicação.
20. idem
21. idem
22. idem
23. Jornal "Folha de São Paulo" de 5 de agosto de 1990. Coluna de televisão. p. e-5
24. CONSTITUIÇÃO DA REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL. Capítulo V ("Da comunicação social") art. 221.
25. idem
26. BRASIL, op. cit. p. 236
27. Ver entre outros, o decreto nº 86.680 de 2/12/1981. A legislação relativa à propaganda eleitoral gratuita é atualizada a cada eleição.

## 5. "TRAZER A TELEVISÃO": ESTADO E INTERIORIZAÇÃO DO SINAL TELEVISIVO (PARANÁ 1975-1988)

### 5.1 INTRODUÇÃO

O Brasil chega ao final da década de oitenta com uma indústria televisiva das mais poderosas do mundo. O poder e a importância deste ramo de atividade econômica são tais que dificilmente poderiam ser exagerados! Tanto a nível econômico, quanto político e cultural, a televisão aparece como o veículo de comunicação mais importante do país desconhecendo, seja enquanto instrumento de propaganda, seja como opção de lazer, rivais à altura.

Estatísticas recentes mostram que o Brasil possui o quarto maior parque receptor televisivo do planeta, estimando-se o número de aparelhos de televisão em torno de trinta e um milhões.

Este volume só ultrapassado por três outros países, qual sejam, Estados Unidos, União Soviética e Japão. Contando com uma tal quantidade de aparelhos receptores e, com um número de estações de televisão que beira as duas centenas, este meio de comunicação consegue uma audiência próxima dos cem milhões de pessoas, correspondendo a mais de dois terços da população do país. A penetração como meio de lazer e informação, correspondem um peso econômico e uma importância política não igualados por nenhum outro meio de comunicação de massa no Brasil.

Aqueles brasileiros que, como eu, nasceram no decorrer do regime militar ou mesmo um pouco antes, simplesmente não conheceram ou não se lembram, de que algum dia a televisão brasileira tenha sido diferente. Crescemos e nos educamos habituados à uma televisão omnipresente e perfeita, que só fugia daqueles seus impecáveis padrões técnicos e estéticos em condições realmente excepcionais. Mesmo as pessoas de mais idade encontrarão dificuldades para se lembrar que, de fato há muito tempo atrás, a televisão brasileira não se parecia em nada com a que hoje convivemos. Tamanha era a precariedade



técnica e o pouco alcance social de que era vítima a televisão naqueles anos imediatamente posteriores a sua chegada que não faltaram, inclusive, aqueles que até duvidaram da sua viabilidade no Brasil.

Meu objetivo nas próximas páginas será encaminhar uma reflexão sobre alguns dos fatores que levaram a televisão brasileira a, uma vez superada uma fase introdutória cheia de dificuldades, vir a constituir-se num prazo de tempo extremamente curto na mais poderosa mídia eletrônica disponível entre nós e numa das mais importantes do mundo. No presente capítulo examinarei o papel do Estado na construção de uma infra-estrutura técnica que, segundo tem demonstrado os estudos mais recentes sobre o assunto, constituiu-se num fator decisivo para que a televisão brasileira chegasse a se transformar na indústria que é hoje.

A análise se dará em três diferentes momentos. Inicialmente percorrerei a trajetória da implantação da televisão brasileira, seu crescimento e os obstáculos por ela enfrentados na tentativa de se constituir em uma mídia de alcance nacional. Em seguida, irei discorrer sobre as interpretações disponíveis a respeito

do papel do Estado na superação daquelas dificuldades. Feito isso, estarei em condições de expor os resultados da minha pesquisa de campo, efetuada no Estado do Paraná sobre o tema. Finalmente, se dará a comparação dos resultados da nossa investigação com as interpretações vigentes, procedendo-se à sua crítica.

Uma última observação: a expressão "trazer a televisão", escolhida para servir de título a este capítulo, era recorrentemente empregada pelos técnicos da RADIPAR (Paraná Radiodifusão S.A.) com os quais nos entrevistamos: "... os caras não queriam nem saber se a cidade deles constava ou não do Plano, só queriam saber de trazer a televisão..." .

## 5.2 A TELEVISÃO BRASILEIRA DE 1950 A 1967

A televisão surge no Brasil em 1950, introduzida por iniciativa de Assis Chateaubriand, presidente do conglomerado intitulado Diários e Emissoras Associados. Esta organização reunia dezenas de emissoras de rádio e empresas jornalísticas e, com a introdução da televisão, viria a se tornar o maior empreendimento do gênero na América Latina.

Não obstante o gigantismo do grupo, este continuava a ser administrado nos moldes dos antigos "capitães de indústria" - do qual o próprio Chateaubriand é o maior exemplo - isto é, dirigida segundo critérios herdados de uma sociedade patriarcal e que dependia muito da figura de seu proprietário, com seu tino para os negócios e com a sua capacidade de articulação política. Era, pois, um tipo de organização que não cogitava da introdução de uma administração racional e moderna, a que se pretendesse científica.

A iniciativa de Chateaubriand de implantar no Brasil uma emissora de televisão, é neste sentido, exemplar. Segundo todos os depoimentos, a idéia lhe teria ocorrido em 1948 durante uma visita aos Estados Unidos. Fascinado pelas potencialidades do novo veículo e, confiante no capital que suas empresas representavam em experiência e faturamento, Chateaubriand resolve "apostar" na televisão. O termo "aposta" cabe perfeitamente aqui pois, mesmo na maior potência capitalista do planeta, a televisão apenas começava a ser introduzida e, faltava-lhe tanto um conjunto de normas técnicas que regulamentasse e padronizasse o seu funcionamento, quanto uma sólida tradição junto aos anunciantes potenciais.

Dois anos depois ele se resolve a comprar o equipamento necessário para a instalação de duas estações. Encomenda então, junto a uma firma de assessoria norte-americana, uma pesquisa que revele as reais possibilidades de viabilização econômica de seu projeto. O relatório apresentado pelos americanos foi taxativo: em virtude da incipiência do mercado publicitário e consumidor, bem como pela inexistência de infra-estrutura tecnológica, a

introdução da televisão num país como o Brasil era considerada prematura.<sup>2</sup> Assim pensavam também certos fabricantes de equipamentos de transmissão de televisão norte-americanos. Quando Assis Chateaubriand revelou-lhes para que país pretendia levar as torres, antenas e transmissores que estava adquirindo, simplesmente encerraram as negociações, desejosos de não ver o nome de suas empresas envolvidos em nenhuma aventura.

Se atentarmos para as condições económicas e demográficas do Brasil da década de 1950, veremos o quanto estes temores eram fundados. Afinal, a maior parte da sua população ainda estava vivendo na zona rural. O fornecimento de eletricidade doméstica restringia-se a umas poucas cidades e, o processo de industrialização não era amplo, estando confinado a alguns setores. Apesar de tudo isso, em 1950 inaugura-se a primeira estação de televisão no Brasil, pertencente ao conglomerado presidido por Assis Chateaubriand.

Esta televisão recém-introduzida vai enfrentar toda sorte de dificuldades para se consolidar. De saída, todo o equipamento necessário, seja para instalação, seja para o bom funcionamento das estações tinha de ser trazido dos Estados Unidos. Aliás, nestes primeiros anos, até mesmo os aparelhos receptores de televisão tinham de ser importados. Devido ao alto custo dos televisores importados somente uma parcela muito reduzida da população podia adquiri-los. Se o equipamento era de difícil obtenção, a mão de obra necessária para fazê-los funcionar também era. Tanto a parte técnica quanto a artística das emissoras ressentiam-se da falta de profissionais capacitados.

Neste contexto, não surpreende que a qualidade do produto final oferecido por estas primeiras estações fosse tão irregular. Convém lembrar que as emissoras tinham de irradiar quase toda a sua programação ao vivo, inclusive os comerciais e, se obrigavam a toda sorte de improvisações técnicas e artísticas para poderem funcionar.3

A televisão vai demorar ainda algum tempo para se introduzir nos hábitos da população e ganhar credibilidade junto aos anunciantes

publicitários em potencial. Mesmo porquê haviam concorrentes poderosos, tanto na indústria da publicidade quanto na do entretenimento. Referimo-nos ao cinema, que durante quase toda a década de 1950 permanece como a opção de lazer favorita das populações urbanas, e à imprensa escrita que continua a absorver a maior parte das verbas publicitárias no país. Ainda em 1958 as verbas aplicadas na televisão atingem somente 8%, para 22% no rádio e 44% nos jornais do total nacional. 4

Esta posição marginal da televisão decorre, segundo os estudos mais recentes têm apontado, da sua pouca penetração junto ao público. Isto se dava em função de dois fatores. Primeiro o reduzido alcance do sinal de televisão. A recepção das imagens geradas pelas emissoras restringia-se às cidades nas quais elas operavam. Durante toda a década de 1950 somente cidades como São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte e Porto Alegre eram cobertas pela televisão. E em segundo o baixo número de aparelhos receptores de que dispunha o público os quais, devido ao seu alto preço, não somam durante toda a década mais de meio milhão em todo o Brasil.

Esta situação começa a mudar logo no início da década de 1960. O crescimento e a modernização da sociedade brasileira vão estimular tanto o surgimento de novas estações de televisão, quanto a aquisição de aparelhos receptores de TV, agora tornados mais acessíveis pelo surgimento das primeiras fábricas de televisores nacionais. Desempenharam um papel importante no processo as próprias emissoras. O surgimento de novas tecnologias e a modernização das técnicas de administração das empresas permitirão a superação das características artesanais que impregnavam a programação por elas irradiada.

Exemplo desta nova fase da televisão brasileira que se inicia por volta de 1960 é a TV Excelsior. Esta empresa tem sido apontada pela literatura corrente como sendo a primeira emissora a ser administrada com uma moderna visão empresarial, estabelecendo um processo de racionalização que atinge diversos níveis do processo produtivo.

Com a Excelsior surge uma programação que obedece rigidamente a determinados horários (horizontalidade) e que segue uma determinada sequência de programas diários, dos quais as



telenovelas e os telejornais serão os melhores exemplos (verticalidade da programação). A racionalização atinge também o uso do tempo, sendo a duração dos comerciais veiculados pela emissora rigidamente controlados, não mais se permitindo que este se alongue.

É também esta emissora que, através de uma agressiva política de contratação de profissionais empregados em empresas concorrentes, vai romper com as relações trabalhistas tradicionais que vigoravam até então no setor. Entre as práticas vigentes, figuravam os célebres "acordos de cavalheiros" que comprometiam as emissoras a não contratarem funcionários de suas congêneres. Este método de controle da mão de obra, herança de uma sociedade patriarcal, foi abolido pelas novas políticas de relacionamento com os profissionais de televisão que a Excelsior introduz. 6

Finalmente, a emissora é a primeira a fazer propaganda de si mesma, criando um slogan e veiculando-o repetidas vezes no decorrer das suas transmissões. Estas e outras inovações foram adotadas paulatinamente por todas as outras emissoras de televisão, aumentando a confiabilidade do sistema e permitindo um aumento

substancial do faturamento.

Ao lado destas inovações de ordem organizacional e mercadológica vão aparecendo, ao longo da década de sessenta, as inovações tecnológicas que permitirão à televisão uma melhoria substancial na qualidade da sua programação. Além do aperfeiçoamento dos equipamentos de transmissão, os quais se tornam mais confiáveis e poderosos, surgem o video-tape e a edição eletrônica de imagens.

A chegada do video-tape marca um verdadeiro divisor de águas na história da televisão brasileira. Antes dele toda a programação era transmitida ao vivo, propiciando a ocorrência de toda sorte de problemas técnicos e cênicos. Interrupções, desencontros e descuidos iam ao ar indiscriminadamente, comprometendo a reputação da emissora e expondo seus anunciantes ao ridículo. Esta situação era tão mais provável quanto maior fosse a porcentagem de comerciais que implicavam em "demonstração de produtos".

O video-tape, que possibilitava a gravação de programas e comerciais, eliminou estes problemas. A edição eletrônica de imagens,

com sua capacidade de efetuar cortes e colagens tanto de som como de imagens, permitiu a apresentação de uma programação isenta de erros e de considerável apuro artístico.

O video-tape permitiu também que se passasse a uma efetiva programação em rede, isto é, com várias estações de televisão transmitindo uma mesma programação. As estações geradoras de programas (chamadas "cabeças de rede") gravavam as suas melhores atrações em video-tape e delas faziam cópias, remetendo-as para as suas estações afiliadas por avião. As estações afiliadas recebiam estes tapes por compra, por manterem um contrato com a cabeça de rede para transmissão exclusiva de sua programação, ou por simplesmente pertencerem ao mesmo proprietário. Este era o caso da Rede Tupi, pertencente aos Diários e Emissoras Associados, que contava entre as suas propriedades com quase uma dezena de emissoras.

Quase que imediatamente se percebeu as possibilidades que o video-tape continha para o surgimento de uma economia de escala. Agora era possível se produzir programas humorísticos e novelas cada vez mais caros e complexos com rentabilidade. A diluição do custo final se

faria entre dezenas e dezenas de emissoras afiliadas.

Com isso, a programação de uma rede passou a ser radicalmente distinta daquela que era veiculada pelas emissoras independentes, isto é, emissoras que produziam sua própria programação. As caríssimas superproduções que as emissoras afiliadas recebiam das suas geradoras inviabilizaram toda uma série de estações independentes. Assim, acentuou-se o processo de concentração da propriedade na indústria televisiva, ao mesmo tempo em que se erguia mais uma grande barreira de entrada aos possíveis interessados em se transformar em proprietário de estação de televisão.

Subsistia ainda o problema da simultaneidade da transmissão desta programação. De uma maneira bastante parcial e dispendiosa, as grandes emissoras já vinham investindo numa solução para o problema de transmissão simultânea de uma mesma programação por várias emissoras. A TV Rio, por exemplo, já em 1960 instalou uma série de estações repetidoras entre o Rio de Janeiro e São Paulo. Assim, era possível que o seu "Jornal Nacional" fosse assistido por aparelhos que sintonizassem a sua afiliada

paulista. 7

Aqui cabe um parêntese: estações ditas "repetidoras" são, como o próprio nome diz, pequenas estações automáticas que repetem o sinal televisivo gerado por uma determinada emissora. No caso da TV Rio, estas estações foram implantadas a intervalos de 50 ou 60 quilômetros entre Rio de Janeiro e São Paulo. Sistema semelhante foi empregado para que aquelas duas cidades pudessem assistir ao vivo as imagens da inauguração de Brasília.

Mas, em virtude dos altos custos e das consideráveis dificuldades técnicas envolvidas, este sistema só foi empregado pelas grandes emissoras e, mesmo assim, para interligar somente os centros economicamente estratégicos, isto é, Rio e São Paulo. Portanto, a maior contribuição para a formação de redes de televisão efetivamente nacionais, no período examinado, foi aquela dada pelo vídeo-tape.

Em função das transformações apontadas a televisão começa, a partir de meados da década de 1960, a se transformar, de fato, em um autêntico veículo de massas. Um indicador desta tendência é o número de aparelhos receptores em

funcionamento no país, que passa de 598.000 em 1960 para 1.993.000 em 1965. Outro indicador é a progressiva expansão das estações de televisão pelo território nacional. Quase todas as capitais, e bem como cidades médias e grandes do interior, começam a considerar a instalação de suas estações de televisão.

A televisão chega ao final da década numa posição de destaque, seja no que diz respeito ao volume de verbas que arrecada, seja na penetração nos hábitos da nossa população. Da verba movimentada pelas agências de publicidade em 1968, 44,5% cabem à televisão. Crescimento notável se considerarmos que em 1962 esta participação estava reduzida a 24,7%. O número de aparelhos receptores é, sem dúvida, o dado mais significativo do período. Em 1969 eles já somam 4.336.000. Só naquele ano foram vendidos 678.000 unidades. 9

Encerrando esta parte gostaríamos de fazer uma observação sobre o caráter desta televisão. O modelo de exploração dos serviços radiotelevisivos brasileiros se assemelha, no que diz respeito ao período em exame, àquele adotado pelos Estados Unidos. Isto é, trata-se de uma radiodifusão que se sustenta com as verbas

oriundas da venda de espaços na programação para inserções publicitárias. Este modelo norte-americano, por assim dizer, refere-se pois, a uma televisão privada e de finalidades essencialmente comerciais. 10

A possibilidade de venda destes espaços, bem como o seu preço, variam em função da audiência conseguida pela programação irradiada por cada estação. Neste sentido, compreende-se porque a televisão brasileira só vai conseguir sair do seu estado de incipiência inicial na medida em que vai se firmando como um aglutinador de audiência.

### 5.3 A INTERVENÇÃO DO ESTADO

Como vimos, foi na metade da década de 1960 que a televisão brasileira alcançou sua maturidade, transformando-se efetivamente num autêntico meio de comunicação de massas. Contudo, a despeito deste crescimento extraordinário, a televisão ainda não se parecia em nada com aquela que hoje conhecemos.

A programação em rede dependia, para se efetivar, dos vídeo-tapes que as cabeças de rede enviavam por via aérea, para as suas emissoras afiliadas. Esta prática impossibilitava a simultaneidade da transmissão da programação, o que tornava as "redes" daquela época bem diferentes daquelas que nos são contemporâneas.

Esta situação trazia dois problemas. Primeiro, abria a possibilidade de que as emissoras afiliadas reivindicassem o direito de transmitir outros programas além daqueles que lhes eram periodicamente enviados pelas



geradoras dos grandes centros. Uma vez que os tapes enviados dificilmente cobriam a totalidade do tempo de transmissão, continuavam as emissoras afiliadas a gerarem uma parte considerável da sua própria programação. Ou, pior ainda, como era o caso de várias "afiliadas" dos Diários e Emissoras Associados, a comprarem indiscriminadamente tapes da Globo, Excelsior e Record. 11 Segundo, comprometia seriamente a pretensão das emissoras de venderem inserções publicitárias de veiculação "nacional". Como vimos, somente São Paulo e Rio de Janeiro estavam, efetivamente, interligados por uma série de estações repetidoras (enlaces) que permitiam a simultaneidade na transmissão da programação. Posteriormente, ainda neste período, se incluiu a capital de Minas Gerais a este esquema. Porém, estas três cidades eram o máximo a que se permitiam as redes de televisão em termos de veiculação simultânea "nacional".

O estabelecimento de redes com base na distribuição de vídeo-tapes e, a interligação das três maiores capitais da região mais desenvolvida do país era, portanto, tudo o que a televisão brasileira tinha conseguido com os seus próprios recursos. Uma investigação

meramente especulativa poderia talvez apontar, com base em projeções, quanto tempo se faria ainda necessário para que as grandes estações de televisão abandonassem definitivamente o envio de tapes por avião e se dispusessem, ou como investimento de risco, ou como resultado do crescimento do mercado, a partir para a implantação das estações de repetição de sinal que lhes permitiria alcançar todo o território nacional.

Uma coisa é certa. Jamais a iniciativa privada poderia sonhar em igualar o esforço que, entre 1967-1973 a EMBRATEL efetuou, no sentido de interligar por troncos de microondas todas as grandes cidades do Brasil. A EMBRATEL (Empresa Brasileira de Telecomunicações S.A.) uma sociedade de economia mista foi criada em 1962, entrando em operação três anos mais tarde. Entre as suas finalidades básicas estavam a dotação de infra-estrutura no campo das telecomunicações para todo o país. Sua principal meta era a implantação do Plano Nacional de Telecomunicações, o qual visava a instalação de troncos de estações de microondas que tornariam possível estender a todo o Brasil serviços de telefonia (discagem direta à distância), telex,

fac-símile, transmissão de dados, transmissão de alta-fidelidade e... televisão! Assim, entre 1967 e 1972 foram implantadas aproximadamente 20.000 quilômetros de troncos, operando com estações repetidoras instaladas a uma distância média de 50 Km.

Segundo os estudos mais recentes tem apontado, 12 a inclusão da televisão no Plano Nacional de Telecomunicações foi resultado da aplicação, por parte do regime militar, das suas teses sobre a Segurança e Integração nacionais. De fato, a Doutrina de Segurança Nacional desenvolvida pela ESG (Escola Superior de Guerra) e que informava as práticas econômicas e políticas do regime militar, sempre teve a integração do vasto território nacional entre os seus objetivos principais. O estabelecimento de comunicações confiáveis e modernas, ao lado da abertura de novas vias de comunicação, apareciam como os meios mais eficazes de se integrar efetivamente as regiões mais distantes e menos povoadas do território brasileiro. Assim, para o bem da Segurança Nacional, integrar-se-iam, principalmente via EMBRATEL, todos os vastos espaços que compõem o país, evitando-se ameaças de ordem interna (subversão) e externa

(influências culturais dos países vizinhos). Justificava-se assim a inclusão da televisão privada entre os canais de microondas da EMBRATEL. Levar a programação gerada nos grandes centros às regiões mais longínquas do país parecia ser a melhor forma de fazer com que os brasileiros se sentissem, afinal, pertencentes a uma mesma nação, compartilhando uma cultura comum.

O impacto da intervenção do Estado foi fulminante. Num espaço de tempo assombrosamente curto interligam-se Curitiba e Porto Alegre (Tronco Sul-1969) e as capitais da Amazônia (1970). Contando com a verba oriunda do Fundo Nacional de Telecomunicações os serviços de implantação dos troncos se efetuam sem que se verifiquem atrasos no plano original. Assim, em 1973 estão prontos os troncos que permitirão a interligação de todas as capitais e grandes cidades do Brasil por DDD (Discagem Direta à Distância) e de televisão.

Num prazo de tempo ridiculamente pequeno superaram-se as dificuldades que atribulavam a televisão brasileira e a impediam de dar o salto qualitativo que, há muito, haviam dado suas congêneres norte-americanas. Lá nos EUA, a

instituição de redes de televisão e a sua conversão em sedes de mega-impérios da comunicação se deu, precisamente, a partir do instante em que as redes puderam veicular comerciais nacionais ("cost-to-cost") o que lhes permitiu dar um grande salto nos seus patamares de acumulação. Não pode passar despercebido porém o fato de que, contrariamente aos Estados Unidos a cujo modelo de exploração dos serviços televisivos nos filiamos, a implantação da infra-estrutura necessária à transmissão em rede entre as capitais e grandes cidades não se faz através da iniciativa privada, mas sim pelo Estado que, para tanto, se utiliza das verbas oriundas dos fundos públicos.

Mas a interligação destas cidades resolve apenas parte do problema. Uma coisa é levar o sinal da Rede Globo, por exemplo, do Jardim Botânico (sede da empresa no Rio de Janeiro) ao Jardim Mercês (sede de sua afiliada em Curitiba). Outra, completamente diferente, é levar este mesmo sinal para o interior de todo o Estado do Paraná. Tanto as regiões completamente carentes de serviços televisivos, quanto aquelas que já dispõem de uma estação de televisão (não

uma afiliada da Rede Globo, mas da Rede Tupi, por exemplo) continuarão a depender, para poderem assistir à programação da Globo, dos mesmos troncos de estações repetidoras, só que agora ligando a capital do Estado ao interior.

Evidentemente que nem sempre toda programação será retransmitida da capital para o interior. Como já apontamos, é no decorrer da década de 1960 que as grandes e médias cidades do interior dos estados começam a implantar suas primeiras estações de televisão e, o Paraná não foge à regra. Cidades politicamente importantes e economicamente estratégicas como Londrina, Ponta Grossa e Apucarana por exemplo, ganharão no decorrer da década sua primeira estação de televisão.

No entanto, o raio de alcance destas emissoras continua restrito, tal qual suas congêneres da capital, às cidades onde elas operam. Continua, pois, em aberto o problema da extensão do sinal de televisão àquelas cidades e regiões que, apesar de se constituírem em mercados expressivos para a venda e recepção de inserções publicitárias televisivas, jamais poderiam gerar a receita necessária à manutenção de uma sofisticada estação de televisão.

Neste contexto, a implantação de uma rede de estações repetidoras e retransmissoras de televisão aparecia como a solução evidente para o problema da efetiva cobertura de todo um estado pelo sinal das estações de televisão. A instalação de estações deste tipo aparece como a continuidade lógica daquele processo iniciado com a interligação das capitais e grandes cidades pela EMBRATEL. Uma vez mais, o Estado desempenhará um papel importante neste processo. Mas ao contrário do episódio anterior, serão outras agências do Estado a se ocuparem deste problema, ao lado das próprias emissoras privadas de televisão. E é justamente sobre estes aspectos que diz respeito a nossa pesquisa, cujos resultados são espostos na parte seguinte deste capítulo.

Mas antes de seguirmos para a nossa próxima parte, talvez seja conveniente dar alguns esclarecimentos. Como o leitor já deve ter notado, vimos utilizando uma variedade de termos que designam os diferentes tipos de estação de televisão. Como estes e outros termos serão exaustivamente utilizados na parte seguinte do nosso trabalho, talvez seja útil recapitular.

Um parque transmissor de programação de televisão compõem-se de estações geradoras, estações repetidoras e estações retransmissoras. Estações geradoras são aquelas capazes de colocar no ar programas de televisão. Uma estação geradora pode ser uma cabeça de rede ou uma afiliada desta. Por exemplo, a TV Bandeirantes, localizada no Morumbi em São Paulo, é uma estação cabeça de rede, pois gera e envia para as afiliadas da rede sua programação. Já a TV Paraná, localizada em Curitiba, apesar de receber quase toda a sua programação do Morumbi, também gera programas, como por exemplo, os seus três telejornais diários e programas policiais (além é claro, de uma considerável quantidade de propaganda comercial local). Estações repetidoras seriam aquelas pequenas estações automáticas encarregadas de captar os sinais televisivos das geradoras e retransmiti-los numa outra ou na mesma direção, tornando possível sua recepção por outra repetidora (quando se forma, então, um "enlace" de repetidoras), retransmissora ou geradora de televisão. Finalmente, estação retransmissora é aquela capaz de captar estes sinais e difundí-los a toda uma região circundante. 13



#### 5.4 ESTADO E INTERIORIZAÇÃO DO SINAL TELEVISIVO NO PARANÁ

O Paraná instala suas primeiras emissoras de televisão logo no início da década de 1960. Sua primeira estação foi a TV Paranaense (1959) localizada em Curitiba e que não se filiava a nenhuma rede de televisão. Em seguida vieram a TV Paraná (1960) também instalada na capital do estado e a TV Coroados (1962) de Londrina, ambas filiadas ao grupo Diários e Emissoras Associados, presidido por Assis Chateaubriand. A instalação de uma estação geradora em Londrina se justificava pelo extraordinário dinamismo econômico que então se verificava naquela cidade. Com pretensões à capital do Estado, a cidade de Londrina vivia uma fase de euforia com o auge do ciclo cafeeiro na região norte do Paraná. Esta emissora, aliás, foi uma das primeiras geradoras a se instalarem no interior do país.

Como vimos, as emissoras brasileiras de televisão desta época careciam de uma administração voltada para as especificidades inerentes aos problemas que eram postos pela implantação do novo meio de comunicação, trabalhando segundo os antigos moldes dos "capitães de indústria" e se obrigando a fazer toda sorte de improvisações técnicas e artísticas para poderem funcionar. As emissoras paranaenses não eram exceção.

O panorama começa a mudar com a criação daquele que seria mais tarde conhecido como o Grupo Paulo Pimentel. Contando com uma sólida base empresarial e financeira, o grupo inaugura em 1965 a TV Iguaçu em Curitiba e a TV Tibagi em Apucarana. Estas empresas, de propriedade do ex-governador do Estado,<sup>14</sup> serão as primeiras a contar com edifícios especificamente construídos para aquela função. Além disso, as estações serão equipadas, do ponto de vista técnico, a um nível próximo da perfeição. A filiação deste grupo à Rede Globo, aliado a outros empreendimentos na área da mídia (jornais e rádio) transformaram-no no mais importante conglomerado televisivo do Paraná no início dos anos 1970.

Subsistiam, certamente, outras estações que não dispunham da mesma orientação empresarial ou dos recursos daquelas duas emissoras. Por exemplo, em 1968 se inaugura a TV Esplanada em Ponta Grossa, a qual só conseguiu se manter no ar a duras penas. Em 1972 a importante cidade de Maringá inaugura a TV Cultura. A partir daí, não se verificam mais instalações de novas emissoras de televisão por um bom período.

No início da década de 1970 portanto, o Estado do Paraná só contava com sete emissoras de televisão, instaladas justamente nas suas maiores e mais importantes cidades. Estas emissoras vinculavam uma programação oriunda da Rede Globo (Grupo Paulo Pimentel), Rede Tupi (TVs Paraná e Coroados) ou eram independentes. A penetração deste meio de comunicação era restrita a uns poucos grandes centros, permanecendo sem possibilidade de recepção do sinal televisivo, vastas regiões do Estado e a maior parte da sua população. Esta situação se repetia em quase todos os outros estados da federação.

Este problema era sentido de diversas maneiras por toda uma variedade de agentes sociais. Para o governo federal trata-se de planejar a interiorização do sinal televisivo como uma continuidade daquele processo mais amplo iniciado pela EMBRATEL.

Para toda uma série de prefeitos, a interiorização do sinal de televisão aparece como um serviço essencial, de primeira necessidade mesmo. São eles, ao lado dos seus colegas vereadores e deputados estaduais eleitos pelo interior, os primeiros a serem acionados pelas suas populações para que possibilitem a elas o acesso à informação e lazer proporcionados pela televisão. "Trazer a televisão" torna-se então uma necessidade que, se satisfeita, enriquece de sobremaneira o currículo e a folha de serviços prestados pelos governantes ao município. O governo do Estado também percebe o problema de forma similar, a qual se combina de certa maneira, com propósitos de integração do território estadual que guardam um paralelo notável com as teses do regime militar sobre o assunto. Finalmente, as próprias emissoras, notadamente aquelas do interior, percebem que a extensão do seu sinal

pode ser uma maneira de aumentar seus lucros ou, nos casos mais críticos, viabilizar-se enquanto empreendimento.

Apesar das diferenças políticas e sociais destes agentes, todos chegaram à conclusão de que a instalação de uma rede de estações repetidoras e retransmissoras de televisão, é a solução que melhor atende a seus propósitos. Mas se existe uma unanimidade quanto à solução do problema, esta desaparece quando se trata da sua efetivação. Em 1975 o Ministério das Comunicações criou um grupo de trabalho 15 com a finalidade de propor soluções para os problemas relacionados com a interiorização da televisão. Tratava-se, por um lado, de estabelecer normas técnicas e critérios para exploração de canais de repetição do sinal televisivo. No Estado de São Paulo, em particular, as geradoras semeavam suas repetidoras naquele que, até hoje, é o maior mercado consumidor do país sem que houvessem critérios que disciplinassem esta atividade. Se o problema nas regiões mais ricas do Brasil era a expansão acelerada da interiorização da TV, o inverso ocorria nos estados mais pobres. Assim, uma segunda tarefa deste grupo era propor soluções que fossem

viáveis, do ponto de vista econômico, para a extensão do alcance do sinal televisivo para todo o país.

No desempenho desta função, o Ministério das Comunicações trouxe especialistas estrangeiros que, através da exposição da experiência dos seus países, ajudaram a propor soluções. Ao cabo de três anos o Grupo de Trabalho já tinha reunido os subsídios que permitiriam ao Ministro, já naquele ano, assinar o regulamento geral dos serviços de repetição e retransmissão de televisão. Para o problema da interiorização do sinal televisivo foram apresentadas várias alternativas, aparecendo o satélite como a mais importante. Da sua operação ficaria encarregada a RADIOBRAS (Empresa Brasileira de Radiodifusão S.A.) empresa daquele Ministério encarregada de operar as estações de rádio e televisão do governo federal.

O projeto não foi adiante por razões de ordem política e financeira. Aparentemente, não se tinha muita certeza sobre os efeitos que decorreriam da medida. Segundo o testemunho de pessoas que tiveram contato com o processo, receava-se que a implantação de um sistema de interiorização global, como aquele que o

satélite possibilita, deixaria desprotegidas toda uma série de culturas regionais. O desrespeito às características culturais de cada região poderia, no limite, abrir a possibilidade de rupturas na nossa estrutura social.16

Infelizmente não foi possível se rastrear de maneira conclusiva os conceitos que informaram esta perspectiva dos técnicos do Ministério das Comunicações. Mas não se pode deixar de notar uma mudança radical na postura do regime militar sobre o potencial da televisão como veículo de integração nacional. Se a extensão do sinal televisivo aparecia, em meados da década passada, como um inequívoco fator de integração, agora ela surge com um componente - perigoso - de descaracterização de culturas regionais. Esta mudança pode ter sido informada pela nova correlação de forças do mercado televisivo. Se na época da implantação da EMBRATEL existiam três fortes redes de televisão (Record, Excelsior e Tupi) agora verificava-se um virtual monopólio da programação da Rede Globo que detém, na maior parte do tempo e em todo território nacional, índices de audiência superiores a 80%. Esta emissora veiculava, e até hoje o faz, uma programação fortemente

impregnada pelos valores e padrões de comportamento das populações cariocas. Assim, só podemos imaginar que a disseminação massiva por todo o território nacional dos valores culturais de Ipanema ou do Leblon dificilmente poderiam, aos olhos do regime militar, fazer com que os brasileiros se sentissem como pertencentes a um mesmo país podendo, ao invés disso, se constituir em fator de desagregação social.

Apoiando esta hipótese, temos a postura do Ministério das Comunicações de apoio e incentivo às iniciativas **regionais** de extensão do sinal televisivo, as quais ele passa a adotar logo após o abandono da "solução satélite". Também em vista das consideráveis dificuldades de ordem técnica e financeira, o lançamento do primeiro satélite brasileiro, com canais disponíveis para televisão, teria de esperar até 1985.

Se lembrarmos que, mesmo a solução mais simples e acessível para o problema (isto é, a instalação de uma rede de repetidoras) também envolvia consideráveis dificuldades técnicas e exigia um investimento substancial, não pode deixar de ser surpreendente o fato de que as primeiras iniciativas do poder público para



implantação daquelas redes tenham partido das prefeituras. De fato, no Brasil do regime militar cabia, aos estados e municípios, uma parcela muito reduzida do montante dos tributos que eles mesmos arrecadavam.

Pelo menos no Estado do Paraná, foram as prefeituras as primeiras entidades a propor e implementar soluções para o difícil problema de "trazer a televisão" da capital para o interior. Dentre estes projetos o mais importante, seja pela infra-estrutura técnica que se faria necessária, seja pela área que se propunha a atingir, era o projeto da AMSOP (Associação dos Municípios do Sudoeste do Paraná).

A AMSOP era uma associação formada por alguns municípios paranaenses da região sudoeste, isto é, aqueles localizados próximo da divisa com o Estado de Santa Catarina e a fronteira da Argentina. Estas cidades fundaram em fevereiro de 1969 uma entidade destinada a "... ampliar e fortalecer a capacidade administrativa, econômica e social dos municípios que a compõe ... através da promoção do estabelecimento da cooperação intermunicipal e intergovernamental..."<sup>17</sup>

Mais do que a mera defesa e reivindicação política dos interesses econômicos e sociais daquela região, o que se desprende da leitura dos estatutos da entidade é o propósito de constituir algum tipo de administração centralizada que coordene as diversas administrações locais. Exemplo disso, é o plano administrativo que a entidade deveria elaborar a partir dos planos trienais municipais e que visavam justamente "... institucionalizar a continuidade administrativa, sobrepondo-se à temporariedade dos mandatos executivos." (grifo nosso) O alcance e profundidade das atividades da associação eram bastante amplos. Os seus trabalhos de assistência técnica e assessoria

política, deveriam se estender a praticamente todos os ramos da administração pública e do desenvolvimento econômico, indo da promoção da reforma administrativa e assessoria das câmaras de vereadores, passando pelo estímulo da conservação e bom uso dos recursos renováveis, até o estabelecimento de um sistema intermunicipal de transportes e comunicações.<sup>18</sup>

Nos itens relativos à promoção do estabelecimento deste sistema intermunicipal de comunicações, encontram-se menções apenas à telefonia e telegrafia inexistindo portanto, qualquer referência à televisão. Informações disponíveis porém, apontam para o fato de que mesmo antes do início da década de 1970, já se cogitava da instalação de uma rede de repetição do sinal televisivo. A Câmara Municipal de Dois Vizinhos já havia autorizado a prefeitura, em dezembro de 1969, a criar um serviço destinado a retransmissão dos sinais de televisão. Eram, porém, iniciativas isoladas.<sup>19</sup>

Bem diferente era a proposta concretizada, em meados de 1975, pela AMSOP. O sistema cobria todos os 25 municípios da associação através de estações retransmissoras instaladas em oito deles. O sinal televisivo

gerado pela TV Iguaçu era trazido por um enlace de 8 estações repetidoras dispostas a intervalos aproximados de 50 Km. O enlace atravessava todo o Estado no sentido leste-oeste numa distância superior a 300 Km! Demonstrativo do grau de refinamento do sistema era a interligação, através de um sistema de radiotransmissores, de todas estas estações, entre si e com um posto de assistência técnica.

O sistema, uma vez tornado operacional, deve ter se constituído em motivo de orgulho e regozijo para as populações que dele se beneficiaram. Deve ter também contribuído para a intensificação das pressões em prol deste tipo de solução nos demais municípios. Apesar da ação da AMSOP "ter trazido" a televisão, a iniciativa não deixava de ser contraditória. 20

Se os custos da implantação deste sistema foram assumidos pelo Estado (isto é, pelos contribuintes) os lucros - no sentido monetário - seriam colhidos pela emissora que teve o seu sinal substancialmente estendido: a TV Iguaçu canal 4 de Curitiba. Porém, esta contradição, apesar de real, ainda demoraria alguns anos para se colocar. É que a região do sudoeste paranaense ainda não tinha uma

densidade demográfica e um peso econômico que justificassem a implantação, por parte da iniciativa privada, de uma rede de estações repetidoras de TV. Sem se dispor a esperar pela alteração das características de seu mercado a região, utilizando-se de fundos públicos e movida por razões estranhas ao cálculo empresarial, se antecipa à iniciativa privada e "traz a televisão".

Entendemos que seria de reduzida utilidade especular sobre quanto tempo se faria ainda necessário para que o canal 4 se dispusesse a instalar suas próprias repetidoras no local. Por ora, a constatação do seu reduzido peso demográfico já é suficiente para entendermos a solução adotada. Apesar do elevado número de municípios congregados pela ANSOP a região se ressentia, ao longo de toda década de 1970, de um reduzido crescimento populacional em termos absolutos. Se este crescimento for tomado em termos relativos, isto é, enquanto determinado percentual da população do Estado, verifica-se mesmo uma queda acentuada. Senão vejamos. Em 1970 o sudoeste tinha 494.251 habitantes, o que equivalia a 6,7% do total da população paranense. Em meados da década esta

população era estimada em 488.492, o que equivalia a 5,7% da população do Estado. Para o censo de 1980, a queda em termos relativos desta população é ainda mais notável. Contava com 512.732 pessoas, isto é, apenas 4,9% do total do Estado do Paraná.<sup>21</sup> A região foi, provavelmente, fortemente atingida pelo intenso processo de migração das pequenas cidades e regiões rurais para as grandes concentrações urbanas, que é uma característica da estrutura demográfica paranense nos últimos anos. Mesmo constatando-se este fato, dificilmente a TV Iguaçu e a sua cabeça de rede (a Globo), devem ter ficado descontentes com a ampliação do alcance da sua programação a uma região totalmente carente de sinal televisivo - isto é, na qual inexistiam concorrentes - e que contava com mais de meio milhão de habitantes.

Esta é a contribuição destes municípios ao slogan "para todo o Brasil" que as geradoras de televisão começaram a veicular naquela época. Certamente que a incipiência do mercado televisivo do sudoeste do Paraná, aliado a toda uma série de fatores estruturais adversos como a escassa abrangência da eletrificação rural e interiorana, podem ter contribuído para diminuir o alcance e o brilho daquela

contribuição. Porém, se atentarmos para as dificuldades técnicas e financeiras implícitas no projeto que a AMSOP conseguiu implantar, fica claro que a instalação da rede de repetidoras no sudoeste foi um feito, sem dúvida, extraordinário. Contudo, não obstante o mérito dos dirigentes da AMSOP, dificilmente eles poderiam igualar o esforço que o próprio governo estadual fez, no sentido de interiorizar o sinal televisivo através da RADIPAR (Paraná Radiodifusão S.A.).

A Paraná Radiodifusão S.A. foi criada pela lei estadual nº 6.635 de 29/11/1974, como uma sociedade de economia mista vinculada à Secretaria de Viação e Obras Públicas. A leitura de seus estatutos revela que a empresa se destinava a "...promover a implantação, melhoria e exploração de serviços de radiodifusão sonora, de som e imagem ..." bem como "... colaborar no esforço nacional em prol da alfabetização... contribuindo com prioridade na difusão dos temas educacionais e culturais."22 Apesar dos estatutos preverem que caberia à empresa a implantação da Rede Oficial de telecomunicações e radiodifusão do Estado, tarefa que deveria abranger todos os meios de comunicação em uso na

época, a RADIPAR irá se ocupar só com a televisão e, mesmo assim, apenas da televisão privada. A Paraná Radiodifusão se dedicará ao longo de toda sua existência a, exclusivamente, estender o sinal das emissoras privadas de televisão por todo o território do Estado.

A escritura pública de constituição da empresa estabelecia um total inicial de 656.935 ações no valor de um cruzeiro cada uma. Destas, 500.000 pertenceriam ao Governo do Estado, sendo as restantes distribuídas de maneira desigual por uma dezena de municípios paranaenses.<sup>23</sup> Apesar de dentre estes figurarem cidades importantes como Londrina e Foz do Iguaçu, sua participação na sociedade parece ter tido um significado apenas simbólico, do ponto de vista financeiro. Afinal, a lei estadual nº 6.635, destinou um montante de verba <sup>24</sup> para os encargos necessários à constituição da RADIPAR que ultrapassava em muito o capital integralizado pelos acionistas. Ora, o Governo do Estado, seja pelo seu papel de acionista majoritário, seja enquanto o efetivo mantenedor da RADIPAR nesta fase pré-operacional, terá uma hegemonia indisputável na direção da nova empresa. A lei que criou a RADIPAR determinava também que esta se sustentasse com



"... a renda proveniente dos seus serviços." Como veremos, implicações de ordem legal e política impedirão o cumprimento deste artigo da lei.

Antes de prosseguirmos, convém examinar brevemente algumas importantes modificações no parque transmissor de TV que se verificaram no estado naquela ocasião. A partir da segunda metade da década de 1970 ocorrem uma série de inaugurações de geradoras de televisão no interior do Paraná. Tratam-se das cidades de Cascavel (1976), Cornélio Procopio e da segunda emissora de Londrina (1977), além de Pato Branco (1979). Já na capital, verificava-se a inauguração da quarta geradora de televisão, a TV Curitiba (1979). Apesar do número de geradoras ter quase dobrado durante a década de setenta, estas continuam a se localizar nos grandes centros urbanos do Estado. Porém, várias delas já se lançam à instalação de suas próprias estações repetidoras, sem esperar que os poderes públicos tomem a iniciativa. Outro detalhe: em 1976 o grupo Paulo Pimentel perde, para a TV Paranaense, o direito de retransmitir a programação da Rede Globo.

Apesar de se manter em regime de pré-operacionalidade, a RADIPAR logo se lançou à tarefa de interligar através de enlaces de repetidoras, as regiões mais populosas do Estado que ainda não tinham acesso à programação televisiva. Dentre estas, figuravam como prioritárias as regiões sul e norte pioneiro. Já no início de 1978 inaugura-se a chamada Rota Sul-Sudeste, interligando através de sete estações repetidoras, os municípios da região à TV Paranaense. O ritmo acelerado dos trabalhos permite que ainda no primeiro semestre daquele ano se conclua a interligação conhecida como Rota Norte, que levava a programação da afiliada paranaense da Rede Globo para aquela região através de quatro estações repetidoras.

A inauguração da Rota Sul-Sudeste mereceu uma pequena propaganda paga da RADIPAR no principal jornal da capital paranaense. Vale a pena reproduzir parte dela aqui, uma vez que ali estão explicitos os propósitos da empresa: "...cerca de 30 municípios serão beneficiados com a implantação deste sistema, levando aos paranaenses daquelas micro-regiões informação, educação, cultura e lazer, integrando ainda mais o Paraná e sua gente, pelo milagre da

comunicação..." (grifo meu). Não deixa de ser paradoxal o fato de que, dentre as seis fotos de personalidades televisivas que ilustram a propaganda,<sup>25</sup> não se encontre nenhum paranense. Tratam-se das fotos de 5 artistas da Rede Globo do Rio de Janeiro e do presidente Geisel! Não obstante a contradição entre texto e fotos, não se pode deixar de notar, à nível de discurso, a existência daqueles mesmos propósitos de integração que eram tão caros ao regime militar.

Apesar do extraordinário êxito destas duas iniciativas, ainda não se tinha certeza se a prática de instalação de enlaces de repetição seria, de fato, a melhor solução. A discussão sobre as alternativas possíveis, emergiu somente depois da instalação daquelas duas rotas, uma vez que estas eram entendidas à época como uma "... decisão de emergência para atender aos reclamos da população destas áreas, totalmente carentes de (sinal televisivo)".<sup>26</sup> Na retomada da discussão participaram várias empresas de outros estados idênticas à RADIPAR e técnicos do Ministério das Comunicações. Este Ministério vai colocar, à disposição da RADIPAR um engenheiro dos seus quadros, que irá integrar um grupo de trabalho aqui constituído para planejar a

interiorização da televisão. Dentre as alternativas apresentadas, constavam a "solução balão" (sustentação das estações retransmissoras por balões a grande altura), a "solução satélite" (idêntica àquela apresentada pelo Ministério das Comunicações na mesma ocasião) e a "solução terrestre" (enlaces de repetidoras). Prevaleceu, afinal, a solução que a RADIPAR já vinha pondo em prática. Como resultado, ela se tornou extremamente requisitada pelos outros estados da federação para prestar assessoria técnica em interiorização de TV.

Ainda em 1978 o Ministro das Comunicações assinou, em 25 de abril, o decreto nº 81-600 que disciplinava a instalação de estações repetidoras e retransmissoras de televisão. Ali estabelecia-se que os serviços de retransmissão deveriam ser livre e gratuitamente recebidos pelo público, proibindo-se portanto, a cobrança de qualquer espécie de pagamento. Consideravam-se infrações, entre outras, a geração de programas, a operação das estações fora dos padrões de qualidade estabelecidos e a não retransmissão dos sinais transportados para todas as localidades ao longo do trajeto do sistema. Estas normas terão uma influência

considerável no desenvolvimento da RADIPAR a partir de meados da década seguinte.

A empresa permaneceu em fase pré-operacional até 1979, conseqüentemente, informa a ata da 9ª Assembléia Geral Extraordinária "... ainda não houve lucros, não possuindo dividendos a distribuir. Não haverá também gratificação à diretoria. O déficit apurado no exercício findo foi de ..."27

Mesmo superada a fase pré-operacional, a empresa jamais dará lucro, acumulando ano após ano déficits crescentes. A origem dos recursos será, sempre, dos acionistas, através das sucessivas integralizações de capital. Uma vez estabelecido um determinado padrão de atuação, a empresa terá seus recursos oriundos do Estado, através da Secretaria do Interior. Assim, converteu-se a RADIPAR na prática, em uma mera repartição pública mantida por verbas a fundo perdido. A impossibilidade de cobrar legalmente pelos seus serviços frustrou o artigo 9º (que previa sua auto-sustentação) levando ao esvaziamento do seu estatuto de "empresa" de sociedade anônima. Não obstante, a empresa ainda trabalharia muito pela interiorização da TV, antes que uma sucessão ininterrupta de

déficits terminassem por inviabilizá-la.

A RADIPAR se verá, por volta do início da década de 1980, obrigada a assumir uma série de encargos que, dada a inexistência de mecanismos de financiamento eficientes, irão levar ao desgaste excessivo os seus recursos materiais e humanos. O primeiro destes encargos foi o convênio assinado em 1979 com a AMSOP, para a manutenção do seu sistema de repetição e retransmissão de sinal de televisão. Além da manutenção operacional, a RADIPAR deveria também repetir e retransmitir os sinais de televisão de uma das geradoras de Curitiba. Ora, tendo em vista a perda dos direitos de retransmissão da programação da Globo pela TV Iguaçu para a TV Paranaense, não é difícil imaginar que a AMSOP ansiava para restaurar a recepção da programação da Rede Globo em sua região. O convênio se deu numa conjuntura em que a RADIPAR não dispunha de uma estrutura pessoal e material à altura da tarefa. O episódio marca também o primeiro desvirtuamento dos propósitos originais da empresa que, até então, estava voltada para implantação do sinal televisivo apenas em regiões que estivessem completamente privadas dele. A implantação de um segundo canal no

sudoeste paranaense não poderia deixar de aparecer, aos olhos dos técnicos da RADIPAR, como um "privilégio" incompreensível.

Três anos depois, a AMSOP termina por doar à RADIPAR todos os seus equipamentos os quais, nas palavras dos seus funcionários, constituíam um "... arsenal de ferro velho, com cerca de 40 equipamentos de retransmissão obsoletos, dos quais a maioria inoperantes."28 E, para piorar, estes retransmissores operavam em uma frequência de onda inteiramente diversa daqueles utilizados pela RADIPAR, fugindo totalmente aos padrões técnicos dentro dos quais trabalhava a empresa.

Porém, a RADIPAR apenas começava a se afastar dos seus propósitos originais. Como vimos, a interiorização da televisão depende de estações repetidoras e retransmissoras para se efetivar. Lançando mão da analogia botânica, as estações repetidoras constituem os troncos, enquanto as retransmissoras os galhos e folhas. Isto é, as repetidoras conduzem o sinal até a região em linha reta, mas cabe às retransmissoras espalhá-lo para recepção pelos aparelhos de televisão por toda a área adjacente. Assim, a implantação de um sistema de retransmissão de

televisão depende, para se efetivar a um custo aceitável, de um rigoroso planejamento técnico que maximize o aproveitamento dos troncos.

Existem denúncias apontando o ano de 1982 como aquele que foi "... um ano de inúmeras implantações, a grande maioria em total desobediência aos critérios técnicos e legais recomendados pelas normas." É que "... nem mesmo os equipamentos reserva das estações retransmissoras mais importantes se salvaram da cobiça das autoridades que, para saldarem compromissos políticos sepultaram alguns anos de trabalho de uma empresa que, até então, era reconhecidamente promissora."<sup>29</sup> Se levarmos em consideração que este período administrativo foi o último em que os políticos identificados com o regime militar ocuparam sozinhos o Palácio Iguapé (sede do executivo estadual), compreende-se porque o ano de 1982 foi tão carregado de ingerências políticas sobre a RADIPAR. Uma vez que o governo do PMDB tomaria posse no início de 1983, o ano anterior representava a última oportunidade para os políticos do PDS/ARENA "saldarem compromissos", mesmo porque a possibilidade de alternância do poder já era perceptível há muito tempo.



Estas implantações em desobediência aos critérios técnicos e normas legais eram, justamente, aquelas caracterizadas como "implantações isoladas". Isto é, tratam-se de instalações que fogem ao planejamento global de interiorização da televisão, exigindo toda sorte de improvisações para se viabilizarem e fugindo à racionalidade inerente ao sistema de troncos. Novamente segundo seus funcionários, foram as "...naturais imposições políticas (que) exigiram improvisações e começaram, então, as implantações isoladas..."<sup>30</sup> Como resultado da disseminação desta prática, surgiram três consequências extremamente danosas para os cofres públicos: primeiro, as instalações passaram a ser muito mais caras do que o previsto inicialmente; segundo, a qualidade dos serviços oferecidos pela empresa despencou, dada a expansão desmedida - e irracional - do sistema e; surgiram inúmeras estações ditas "irregulares" (isto é, ilegais) que, "de acordo com as normas técnicas estabelecidas pelo regulamento geral dos serviços de retransmissão e repetição de TV do Ministério das Comunicações, jamais poderiam ir ao ar.

A total subordinação da atividade técnica aos interesses políticos, e os problemas e prejuízos daí decorrentes, produziram diferentes posicionamentos dos setores envolvidos. Da parte do governo que iria ser instalado, seria o caso da extinção pura e simples da RADIPAR. Mas a pedido do Secretário do Interior recém-empossado, foi elaborado pelos funcionários da RADIPAR um relatório que apontava diversas possibilidades de viabilização da empresa. Contudo, logo após assumir, a nova direção da RADIPAR não só ignorou o teor do relatório como ainda fez pesadas críticas às suas teses e aos que as propuseram. Aliás, o relatório em questão sequer chegou às mãos do Secretário do Interior, tendo desaparecido misteriosamente. 31

Nestas circunstâncias, não é difícil imaginar que nenhuma mudança iria se verificar na atuação da RADIPAR no novo governo o qual, por ser dito "de oposição" deveria justamente estar comprometido com o propósito de mudar o padrão de gerenciamento dos órgãos do Estado. Aliás, não só continuaram as implantações isoladas, como até mesmo se intensificaram. Mesmo porque, o primeiro governo do PMDB teria sido aquele que, seja em termos relativos, seja em

absolutos, mais instalou estações da RADIPAR. Senão vejamos. De novembro de 1974 a março de 1983, instalaram-se 75 estações, incluindo-se a2 as importantes rotas Norte e Sul, o que corresponde aos governos Jayme Canet Júnior (ARENA) e Ney Braga (PDS). No governo de José Richa (PMDB), de março de 1983 até a sua desincompatibilização em meados de 1986 quando se candidatou ao senado, foram instaladas 32 estações. Deixando o governo assumiu seu vice, João Elísio Ferraz de Campos, ex-deputado pela ARENA e Secretário de Estado no governo de Jayme Canet. Aliás, ele foi indicado, para a vaga de vice de José Richa, pelo grupo daquele ex-governador da ARENA. Na gestão de João Elísio foram entregues mais oito estações cujas obras já tinham sido iniciadas no período anterior e outras três inteiramente construídas no seu governo.32

É neste período que se inicia, na atuação da RADIPAR, uma prática tão ruínosa para as finanças públicas quanto a implantação desordenada de estações. Referimo-nos à implantação do chamado "segundo canal". Como vimos, os propósitos iniciais da RADIPAR eram os de levar o sinal televisivo às regiões do Estado

que, seja pelas dificuldades técnicas, seja pela sua reduzida importância econômica, permaneciam sem acesso à televisão. Ora, o convênio assinado com a AMSOP previa, além da manutenção do seu sistema pela RADIPAR, justamente a implantação de um segundo canal, numa ocasião em que dezenas de municípios paranaenses ainda não dispunham de nenhum. Daí a reação do seu corpo técnico àquilo que estes entendiam ser um "privilégio" incompreensível. E no período em questão esta prática se dissemina, ao sabor de toda sorte de pressões de ordem política no sentido de que tal ou qual programação chegue à determinada região. Neste sentido, a RADIPAR perde, definitivamente, qualquer traço de uma empresa pública de prestação de serviços essenciais à populações carentes para se transformar num instrumento de pressão sobre as forças do mercado, no mais das vezes à serviço de interesses capitalistas privados.

Antes de examinarmos a importância da ação da RADIPAR na alteração da correlação de forças do mercado televisivo através da implantação do "segundo canal", convém examinar algumas das alterações verificadas neste mercado durante a década de oitenta. Como vimos, as estações

geradoras de televisão são empreendimentos economicamente viáveis em grandes centros. Com o crescimento de várias cidades no interior do Estado a partir de meados da década de 1970, verificam-se ali a instalação de várias emissoras. Esta tendência se acentua na década de 1980. Inauguram-se a segunda emissora de Cascavel (1984), a primeira em Foz do Iguaçu, cuja população triplicou durante os anos 1970 (1984), a primeira em Guarapuava (1984), a quinta emissora da capital (1985), a segunda de Maringá (1987) e, às vésperas da promulgação da nova constituição (que permite ao Congresso influenciar as concessões), a segunda estação em Foz do Iguaçu e a terceira de Londrina (ambas em 1988). Assim, durante a década de 1980 consolida-se definitivamente um importante mercado televisivo no interior do estado do Paraná. Todas as cidades de importância já estão sob o alcance das emissoras de televisão e, as maiores chegam mesmo a instalar sua segunda ou terceira estação. Outro indicador desta consolidação é a instalação, por parte destas emissoras, das suas próprias estações repetidoras e retransmissoras de televisão.

Por exemplo, em 1979 a TV Tibagi de Apucarana (grupo Paulo Pimentel) instalou um enlace de repetidoras ligando aquela estação até a cidade de Cornélio Procópio e, daí até Assis, no Estado de São Paulo.<sup>33</sup> Ainda naquele ano, seu sinal seria estendido para as cidades de Campo Mourão, Cruzeiro do Oeste, Goierê, Marechal Cândido Rondon e Guaira.<sup>34</sup> No final de 1979 a emissora inaugura o ambicioso enlace ligando Apucarana até Foz do Iguaçu, passando pelas cidades de Roncador, Corbélia, Cascavel e Céu Azul.<sup>35</sup> Finalmente, as cidades de Mandaguaçu, Paranavaí e Londrina também serão atingidas pela programação veiculada pela TV Tibagi de Apucarana.<sup>36</sup> A TV Iguaçu também adota uma política de implantações igualmente intensa. Assim, uma emissora pode, através de suas repetidoras, não só estender seu sinal a regiões totalmente desprovidas de programação televisiva, como alcançar mercados importantes e já ocupados por outras concorrentes.

É a partir do governo José Richa, que a RADIPAR adota uma política de distribuição de diferentes programações, supostamente em função de "...conveniências econômicas e em obediência às áreas de atuação das geradoras do estado..."

37 Com isso, a empresa vai assumir uma política de intervenção direta no mercado televisivo que, ao contrário do que pode parecer aos mais desavisados, não se presta nem à contenção dos monopólios nem ao equilíbrio da concorrência. Muito pelo contrário, esta política parece, justamente, ter reforçado estas características mais perniciosas do mercado, em detrimento da função social original da RADIPAR.

Exemplo disso são as estações instaladas pela empresa nas cidades de Guaira e Marechal Cândido Rondon. Ora, a TV Tibagi já tinha instalado alguns anos antes, por sua conta e risco, suas próprias estações repetidoras naquelas cidades, veiculando a programação do SBT (Grupo Silvio Santos). A RADIPAR irá instalar ali repetidoras transmitindo programação da Bandeirantes (TV Tarobá de Castavel) e Globo (TV Cultura de Maringá) em Guaira. E em Mal. C. Rondon da Globo (TV Coroados de Londrina). Estes exemplos são esclarecedores. Se estas cidades eram viáveis economicamente para a instalação de repetidoras do SBT ("Liderança absoluta do segundo lugar" - num slogan publicitário da época) por que não o seriam para a todo-poderosa

Rede Globo? (primeiro lugar absoluto em audiência, sem aspas). Isto não quer dizer, absolutamente, que o Grupo Paulo Pimentel não tenha se beneficiado desta curiosa política de socialização dos custos e privatização dos lucros. Em 1986 a TV Iguaçu instala suas retransmissoras nas cidades litorâneas de Paranaguá, Caiobá e Matinhos. A primeira é uma importante cidade portuária e uma das maiores do Estado. As outras são tradicionais balneários de veraneio. As retransmissoras foram instaladas pela TV Iguaçu, mas a necessária repetidora que traz o sinal de TV da capital para o litoral, através da Serra do Mar, foi construída pela RADIPAR.38

Também em Goioerê, onde a TV TIBAGI já tinha instalado sua própria emissora, a RADIPAR irá instalar outra, destinada a retransmitir a programação da TV Tarobá de Cascavel (Bandeirantes). Até mesmo na importante praça comercial de Maringá (que já contava com duas geradoras, uma filiada a Rede Globo e outra à Manchete) a RADIPAR irá instalar uma repetidora, desta feita para veicular a programação da TV Tropical de Londrina (Bandeirantes)! 39



Enquanto isso, outros tantos municípios permaneciam totalmente sem acesso a qualquer tipo de programação televisiva. As vésperas da extinção da RADIPAR, encontravam-se parados 73 pedidos de municípios que requeriam, precisamente, a instalação da sua primeira estação. Outros seis estavam necessitando melhorias no sistema já implantado e, várias rotas de retransmissoras estavam em posição crítica, dada a situação de quase colapso dos serviços de manutenção. Como aqueles que foram os responsáveis pelos primeiros sucessos da empresa encaravam esta situação? 40

Como vimos, a posse do governo de oposição em 1983, estimulou os técnicos da RADIPAR a serem francos e abertos no relatório que o novo Secretário do Interior havia a eles solicitado. A extrema hostilidade com que o documento foi recebido pela nova direção, e seu subsequente desaparecimento, indicavam a disposição daquela administração em deixar tudo como estava, o que de fato aconteceu. Em 1986 elege-se, na esteira do Plano Cruzado, o segundo governo do PMDB. Este trazia a proposta de uma reforma administrativa bastante abrangente. Parecia chegado então, aos olhos do corpo

técnico da RADIPAR, o momento de propor as mudanças que tornariam novamente aquela empresa financeiramente viável e tecnicamente satisfatória.

O plano de governo de Alvaro Dias propunha uma reforma administrativa bastante ampla e profunda. No caso da RADIPAR, por exemplo, se daria a sua extinção e incorporação do seu quadro de funcionários à Fundação Rádio e Televisão do Paraná. Esta fundação deveria englobar todas as atividades até então executadas pela RADIPAR e, ainda, implantar a rede oficial de televisão do Estado. Ora, se a equipe que elaborou esta proposta tivesse se dado ao trabalho de ler o texto da lei que criava a RADIPAR, teria descoberto que nenhuma Fundação seria necessária, uma vez que estas eram precisamente as finalidades daquela empresa! Previa-se também a vinculação destes órgãos à Secretaria da Comunicação Social. 41

A posse do novo governo e as notícias de uma possível reforma administrativa incentivaram a equipe de funcionários da RADIPAR a, uma vez mais, elaborar um relatório que desse conta do estágio atual da empresa, suas potencialidades e seus problemas. Deste relatório, felizmente,

salvou-se uma cópia, à qual tivemos acesso. Da maior importância neste documento, é a proposta de viabilização e revitalização da empresa, pois ela encerra uma possibilidade de reforma administrativa bastante diferente daquela que o governo Alvaro Dias se dizia disposto a efetivar.

42

O texto começa com o reconhecimento da equipe de que a origem política das diretrizes operacionais da empresa é um fato insuperável e incontornável. Assim, a equipe nem se dispõe mais a questionar tal origem. Porém, deixam claro que a componente política das decisões jamais poderia ser tão completa, a ponto de produzir tamanha situação de caos técnico e legal.

O serviço prestado pela RADIPAR é ali conceituado com sendo de utilidade pública. Daí decorre a idéia de que ele deve ser de alta qualidade e confiabilidade e estar permanentemente disponível. Neste sentido, as comparações com os serviços de luz e telefone são esclarecedoras. Para se obter um serviço com estas características, se faria necessário uma estrutura técnica e administrativa compatível com a dimensão que o sistema tinha, apesar de tudo, alcançado. Naquela ocasião a RADIPAR

contava com 115 estações em operação e outras 10 em instalação. Delas se ocupavam um número ínfimo de técnicos e engenheiros que não dispunham dos recursos materiais necessários à boa execução de suas tarefas. Inexistiam os equipamentos destinados à aferição das características técnicas de cada estação, número suficiente de veículos e peças de reposição, etc.

A proposta de redimensionamento da estrutura da empresa previa a contratação de técnicos experientes, a ampliação do quadro de atendimento na área de manutenção da empresa, a revisão dos ganhos dos profissionais, a elaboração de um plano de cargos e salários, a renovação da frota de veículos, a instalação de um laboratório para checagem dos equipamentos, a informatização do sistema e o redimensionamento dos escritórios regionais. Ou seja, às acusações de ineficiência e desperdício imputadas à RADIPAR, seu corpo de funcionários respondia com a demonstração de que, dadas as circunstâncias, eles estavam realizando milagres. Citam o exemplo de técnicos obrigados a dar manutenção a estações separadas por distâncias superiores a 400 Km, utilizando-se para tanto, de viaturas em

elevado grau de depreciação.

Quanto ao caos em que se encontrava mergulhado o sistema, o relatório não permite dúvidas, em se tratando de apontar responsabilidades. Nada disso teria acontecido se tivesse sido seguido um planejamento global. Apesar da existência de numerosas implantações isoladas, de estações irregulares, enfim, de toda sorte de desperdícios, o documento aponta que ainda seria possível se reverter a situação, através da constituição de sub-sistemas, que tornariam mais confiável e racional o funcionamento daquelas estações.

Enfim, apesar do documento propor o gerenciamento do caos e as necessárias medidas para a sua prevenção, não se nota muita diferença de tantos outros documentos redigidos pelo funcionalismo público desejoso de melhores condições de trabalho. Existe, porém, uma diferença fundamental: propunha-se a criação de parâmetros legais para a cobrança dos serviços prestados, a qual não só geraria a renda suficiente para a continuidade do trabalho da empresa nas bases propostas, como funcionaria como um instrumento de justiça social, revertendo a citada política de privatização dos

lucros e socialização dos prejuízos.

Difícilmente poderíamos imputar ao quadro funcional da RADIPAR, em se tratando da execução daquela política, as acusações de ineficiência, incompetência e conivência que são tão frequentemente endereçadas ao funcionalismo público atualmente. Não só eles nunca concordaram com tais práticas como dela tinham a mais aguda consciência: "... dentro da complexidade dos objetivos sociais inerentes às atividades da RADIPAR, temos como beneficiárias em potencial desse sistema, as geradoras. Dentro do conceito sócio-econômico, ressaltamos as condições de máxima rentabilidade sem aplicação de recursos em investimentos ou mesmo em manutenção pelas geradoras, quando o benefício da televisão é levado aos municípios ... pela RADIPAR com recursos do governo estadual. É justo que a partir da atual reforma administrativa venhamos a pensar em **retorno das geradoras à RADIPAR**, para melhor desempenhar seus objetivos junto às comunidades do interior do Estado..." (grifo nosso). 43

Neste sentido, era proposto o firmamento de convênios com os municípios com valores reais os quais, efetivamente, suprissem a demanda de recursos aplicados na manutenção da empresa. Os convênios firmados com as prefeituras até então, destinavam à RADIPAR valores irrisórios e, para piorar, frequentemente eram pagos com grande atraso sem que nenhuma sanção lhes fosse aplicada. A aplicação dos recursos assim captados também foi objeto de proposta. Ao invés da RADIPAR assumir do seu orçamento as obras, como até então vinha ocorrendo ("...ocasionando assim uma descapitalização absurda..."), 44 sugeriu-se a seguinte sistemática: a empresa, uma vez com o pedido de uma determinada estação em mãos, levantaria os custos totais e informaria à Secretaria, verificando também se a mesma estava incluída no Plano de Ação. A secretaria a qual se subordinava a RADIPAR, por sua vez, procuraria junto à Secretaria do Planejamento e da Secretaria das Finanças viabilizar a implantação. Com isso, seria posto um fim à exagerada autonomia de que dispunha a direção da RADIPAR que, possibilitava a esta e àqueles que a pressionavam, decidir soberanamente sobre a aplicação dos recursos em novas estações.

Pelo rigor técnico e pela abundância de dados estatísticos que emprega, vale a pena descrever aqui a sistemática proposta pelo documento para a cobrança de tarifas junto às geradoras e às prefeituras. Para as primeiras previa-se uma taxa mensal representada em TBTV (Tarifa Básica de Televisão) cujo valor seria estipulado pelo Ministério das Comunicações, a ser paga à RADIPAR para cada município que fosse atingido pelo sinal da geradora através das estações da empresa. Quanto mais populoso o município, maior seria a taxa. Já para as prefeituras, ficou decidido a cobrança de uma taxa representada pela mesma unidade e, cujo valor também iria variar conforme o tamanho da população do município. Se considerarmos o balanço da empresa no mês de abril de 1987 - ocasião em que foi feito o relatório - a verba assim obtida seria suficiente para, não só cobrir os déficits mensais, como também para gerar um considerável excedente que poderia, senão possibilitar à RADIPAR efetivamente o gerenciamento de todos os meios de comunicação do Estado, pelo menos o auto-financiamento dos serviços que já vinha prestando. Tal foi a solução por eles encontrada para contornar as restrições de ordem legal à cobrança de tarifas



diretamente ao usuário. Em síntese, o que o documento propunha era que a RADIPAR retornasse ao seu propósito inicial, com racionalidade administrativa, auto-sustentação financeira e justiça social. A proposta teve um fim tão inglório quanto a sua predecessora. sequer chegou a ser motivo de discussão, tendo igualmente sido "desaparecida" pelos altos escalões administrativos. A RADIPAR continuaria a operar de maneira tradicional ainda durante alguns meses.

Na 28ª Assembléia Geral Extraordinária de 17 de setembro de 1987, presidida pelo representante do governo do Estado e coordenador dos trabalhos de liquidação da RADIPAR, deu-se a extinção da empresa. Decidiu-se também, a divisão do seu patrimônio em parcelas proporcionais ao número de ações disponível por cada acionista. Tal foi a solução encontrada para ressarcir os sócios de uma empresa que, ano após ano, acumulava déficits crescentes. Decidiu-se também que caberia à recém-criada Fundação Rádio e Televisão do Paraná a guarda de todos os documentos e registros pertencentes à antiga empresa.

Como o governo do Estado detinha a quase totalidade das ações da empresa, é a ele que vai caber a propriedade de quase todas estações da RADIPAR. Qual era então a extensão deste parque retransmissor? Os registros não são muito exatos, porém, temos elementos para afirmar que a RADIPAR operava, por ocasião da sua extinção, mais de 130 canais de repetição e retransmissão de sinal de TV. Destes, 85 serviam a geradoras filiadas à Rede Globo, 37 às da Rede Bandeirantes, sendo as restantes divididas entre as demais redes nacionais de televisão.

Na ocasião em que a RADIPAR foi extinta, o Paraná já possuía um parque transmissor de televisão que figurava entre os primeiros do país. Logo a seguir seriam instaladas estações geradoras em cidades do interior do Estado que, apenas alguns anos antes, poderiam perfeitamente estar enviando seus prefeitos à Secretaria do Interior para "trazer a televisão" através da RADIPAR. Infelizmente, a reconstituição integral da história da instalação de repetidoras e retransmissoras pelas estações privadas é uma tarefa que está, no momento, além das minhas forças. Porém, é evidente que elas senão superaram, pelo menos igualaram o esforço da

RADIPAR no sentido de disseminar o sinal televisivo. Assim, excetuando-se aqueles municípios realmente insignificantes do ponto de vista econômico (que não atraíram o interesse da iniciativa privada) e, aqueles incapazes de oferecer algum retorno político (que não conseguiram agilizar seus pedidos junto RADIPAR), quase todo o estado dispunha de acesso a algum tipo de programação televisiva. Outro indicador do crescimento deste mercado é a atitude das próprias geradoras que, na medida em que os sistemas da RADIPAR vão perdendo a confiabilidade e a qualidade que lhes eram inerentes, se apressam a substituir as estações desta empresa pelas suas próprias.

O que pretendemos com estas considerações é fornecer elementos que permitam uma interpretação da solução que o Governo do Estado deu, afinal, para o problema posto pelo funcionamento da RADIPAR. Primeiro, fica evidente que o estatuto da iniciativa de "trazer a televisão" mudou. Se há vinte anos tal ato equivalia à chegada de qualquer outro serviço essencial, como água encanada ou telefone, agora ele assume um significado menor, em face da multiplicidade de canais de acesso à programação

televisiva. Não são só as diversas estações locais de televisão que estendem, por conta própria, o seu sinal. A proliferação dos satélites de difusão direta, a partir do início da década de oitenta, aponta para uma tendência: a das comunidades que se cotizam para adquirir uma antena parabólica. O lançamento do primeiro satélite brasileiro com canais disponíveis para televisão (seguido pouco depois por um segundo satélite com as mesmas características), aliada à uma disponibilidade de antenas parabólicas bem maior, vai possibilitar que o hábito de assistir diretamente a programação das cabeças de rede dos grande centros se dissemine. Prefeituras, câmaras de vereadores, condomínios residenciais, paróquias ou mesmo simples famílias podem agora ter acesso a este serviço.

Assim, o crescimento do mercado que faz com que a RADIPAR se torne um pouco deslocada no tempo. O que não quer dizer, absolutamente, que a sua função social estivesse completada. Muito pelo contrário, subsistem ainda dezenas de municípios totalmente à margem do sinal televisivo. Uma questão interessante poderia ser aqui colocada: qual o seu peso social, político e econômico? Temos elementos para afirmar que eles

eram, de fato, de expressão bastante reduzida. Contudo, a sua simples existência já justificaria, por si só, a continuidade da obra da RADIPAR. Por quê, então, a extinção?

Uma vez que não pudemos reconstituir o processo decisório que resultou naquela medida, só nos resta propor algumas hipóteses. Como vimos, a RADIPAR era atravessada por pressões e demandas políticas de toda ordem: dos prefeitos que queriam "trazer a televisão", dos prefeitos e deputados que queriam trazer um segundo canal, de secretários de estado que queriam ambas as coisas e, podemos imaginar, das próprias geradoras, ansiosas por estender o alcance do seu sinal ou contrabalançar o poder da concorrência. Era atingido por tudo isso, tal qual autêntico pára-raio, o corpo de funcionários da RADIPAR. Ora, não pode deixar de despertar suspeita o fato de que a empresa foi extinta pouco depois de vir tona o Relatório elaborado por aquele corpo. Apesar de ter circulado apenas entre a burocracia estatal, ele pode perfeitamente ter informado a conduta política daqueles que disputavam o controle das iniciativas da empresa. Como vimos, o que a RADIPAR fazia interessava a muitos. Se a exacerbação do

conflito em torno daquele controle, aliado à contribuição que a empresa fazia ao déficit público estadual, foram fatores importantes na decisão de extinção da RADIPAR, então podemos imaginar que a emergência do Relatório tenha sido uma espécie de catalizador do processo.

A tomada de posição do corpo técnico daquela empresa, apontando para o desvirtuamento da sua função social, a imposição desmedida de interesses de ordem política sobre os critérios técnicos que deveriam pautar sua atuação, a denúncia do desperdício de verbas públicas, aliada à uma proposta muito clara que apontava "...quem que vai pagar por isso..." 45 pode muito bem ter sido o ingrediente que faltava para que o governo se decidisse, afinal, pela extinção. Tudo isto, está claro, são conjecturas. Mas se os episódios realmente se encaminharam assim, nem por isso devemos perder de vista os fatores de ordem conjuntural que apontamos acima, isto é, as importantes mudanças no mercado televisivo paranaense.

Exemplo de como mudou o estatuto de que gozava a iniciativa de "trazer a televisão" no limiar da década de 1990, foi o destino dado ao parque transmissor da RADIPAR e que coube ao

Governo do Estado. As estações foram pura e simplesmente doadas aos municípios onde elas se encontravam. Até novembro de 1988, já haviam sido passadas às prefeituras do interior nada menos do que 93 estações repetidoras e retransmissoras, através de contratos de doação.<sup>46</sup> As estações remanescentes apenas esperavam a regularização do processo de doação para passarem à propriedade das prefeituras. Este processo se encerraria certamente neste ano (1990). Para dourar a pilula amarga que estas doações representavam, em responsabilidade e custo financeiro, a Fundação Rádio e Televisão do Paraná comprometeu-se, por um breve período, a dar àquelas prefeituras um pequeno auxílio mensal. Tão pequeno, aliás, que algumas se recusaram a recebê-lo. Para finalizar, não deixa de ser irônico o fato da AMSOP (Associação dos Municípios do Sudoeste do Paraná) ter recebido, de volta, todos os equipamentos que ela tinha doado seis anos antes para a RADIPAR...

## 5.5 CONCLUSÃO

É sempre difícil se tirar conclusões sobre um tema pouco estudado. Na minha pesquisa sobre a participação do Estado na interiorização do sinal televisivo, não só encontrei muito pouca literatura a respeito, como também a reconstituição de certos aspectos deste processo se mostrou uma tarefa acima das minhas forças. Contudo, se é realmente verdade que a boa pesquisa científica é aquela na qual começamos com uma boa pergunta e chegamos ao fim com duas boas perguntas, então podemos nos dar por satisfeitos. Na pesquisa sobre a atuação das diversas agências do Estado na interiorização da TV, emergiram uma diversidade de processos e uma tal quantidade de agentes que nos permitiram, talvez pela primeira vez, ter consciência de como é grande a nossa ignorância sobre o assunto.



Mesmo tendo deixado em aberto a maioria das questões que levantei gostaria, à guisa de conclusão, de contrapor os resultados da minha pesquisa às interpretações correntes sobre o tema. Como vimos, estudos recentes tem apontado a inauguração dos troncos de microondas da EMBRATEL no período 1969-1973, como o fator decisivo para a efetivação das redes nacionais de televisão. A partir daí, estarão dadas as condições para que a televisão se transforme no veículo de comunicação de alcance nacional que é hoje. Existe também um certo grau de consenso em se interpretar a inclusão da televisão entre os canais da EMBRATEL, como a aplicação por parte do regime militar, das teses implícitas na Ideologia da Segurança Nacional.

Na minha pesquisa, espero ter demonstrado que estas interpretações são, sem dúvida, consistentes mas incompletas. Como vimos, a efetivação dos troncos da EMBRATEL, apenas dá início ao processo de nacionalização do sinal televisivo. Este processo se encontrará, mesmo nas regiões mais importantes do país, ainda incompleto ao final da década de 1970.<sup>47</sup> Na discussão da interiorização do sinal televisivo, vieram a tona novamente as preocupações dos

militares com a integração nacional. Apesar das esparsas informações que recolhi sobre este processo, nada desautoriza a interpretação corrente, a qual vê na ação do regime militar na criação da infra-estrutura técnica para a expansão da televisão, a aplicação das suas teses sobre a Segurança Nacional.

Elementos característicos desta ideologia foram encontrados quando nos dispusemos a pesquisar a continuidade do processo de extensão do sinal televisivo. Encontramos também outras propostas que se guiavam por uma lógica totalmente estranha àquela ideologia. Não só diversas esferas do Estado se lançaram àquela tarefa, como cada uma delas interpretava o problema à sua maneira e propunha soluções diferenciadas. Também os agentes privados perceberam o problema e, dele trataram de forma ora complementar, ora independente da ação do Estado.

Assim, em função das razões que acabamos de expor, podemos concluir o seguinte: embora correta, a interpretação disponível sobre o tema só dá conta de um determinado nível do problema. Isto é, ela é consistente ao interpretar a ação do Estado na implantação de uma infra-estrutura

televisiva nacional quando se ocupa da atuação de determinadas agências estatais em um certo período. Como vimos, a continuidade deste processo envolve outros propósitos e outros agentes. Portanto, a generalização das interpretações disponíveis sobre o tema pode, facilmente, induzir ao erro. Faz-se, pois, necessário assumir a perspectiva de que a extensão do sinal televisivo a todo o interior do país é um processo que, longe de se constituir num único projeto, envolve uma série de agentes sociais e agências do Estado, cuja diversidade de propósitos apenas podemos insinuar.

## Notas do quinto capítulo

1. ORTIZ, R. **A moderna tradição brasileira**. São Paulo, Brasiliense, 1988, pp. 42-43
2. FEDERICO, M.E.B. **História da comunicação: rádio e TV no Brasil**. Petrópolis, Vozes, 1982. 2ª ed. p. 57
3. ORTIZ, R. op. cit. pp. 57-58
4. ORTIZ, R.; BORELI, S.H.S. & RAMOS, J.M.O. **Telenovela: história e produção**. São Paulo, Brasiliense, 1988. 1ª parte.
5. SIMÕES, I. TV à Chateaubriand. In: Kehl, M.R. et alii. **Um país no ar**. São Paulo, Brasiliense/FUNARTE, 1986.
6. ORTIZ, R. op. cit. pp. 41-42
7. COSTA, A.H. Rio e Excelsior: projetos fracassados? In: KEHL, op. cit. p. 133
8. ORTIZ, R. et alii, op. cit. 3º capítulo: "Melodramas e inovações: 1963-1970"
9. ORTIZ, R. op. cit. p. 131
10. COSTA, P.O. **La crisis de la television pública**. Paidós, Barcelona, 1986, 1º capítulo, onde o autor discute os diversos modelos de exploração televisiva.
11. SIMÕES, op. cit. especialmente à parte referente à "Agonia associada".
12. A esse respeito ver, entre outros: ORTIZ R. op. cit., FEDERICO, M.E.B. op. cit., KEHL, M.R. e HERZ, D. **História secreta da Rede Globo**. Porto Alegre, Tchê, 1987.
13. O significado técnico oficial destes termos se encontra em BRASIL, Ministério das Comunicações, **Anuário 1984**. Brasília, 1984. Glossário de termos técnicos.
14. O Governador Paulo Cruz Pimentel exerceu seu mandato entre 1966 e 1970.
15. PARANA RADIODIFUSÃO S.A. **Relatório das atividades atuais e proposta de funcionalidade da RADIPAR**, item 1.4: "Por que RADIPAR", p. 5
16. PARANA RADIODIFUSÃO S.A. op. cit. p. 6
17. Estatutos da Associação dos Municípios do Sudoeste do Paraná. Registrado sob nº 199 no livro A em 5/2/1969. Registro de Títulos e Documentos - Pessoas Jurídicas - 1º ofício de Curitiba, p. 2
18. \_\_\_\_\_, p. 3
19. Lei Municipal nº 30/69 promulgada pela Câmara Municipal de Doiz Vizinhos em 19/12/1969

20. Requerimento apresentado pelo procurador Idair Ceccato Guancino ao DENTEL em 13/3/1975
21. **MUNICIPIOS DO PARANA:** Informações gerais. Documento nº 10. Estado do Paraná. Secretaria do Planejamento - FAMEPAR, 1989.
22. **PARANA RADIODIFUSÃO S.A. - RADIPAR, Estatutos Sociais, capítulo 1º**
23. Protocolo nº 109.852, livro 140 do 2º e 3º trimestres de 1975. "Escritura pública de constituição da Paraná Radiodifusão S.A. - RADIPAR"
24. Artigo 10º - libera crédito especial de Cr\$ 2.000.000,00 (dois milhões de cruzeiros) para os encargos necessários à sua constituição
25. Jornal "**Gazeta do Povo**" de 3/03/1978
26. RADIPAR, op. cit. p. 6
27. Ata da 9ª Assembléia Geral Extraordinária de 14/04/1981, arquivada na Junta Comercial do Paraná.
28. RADIPAR, op. cit. p. 10
29. \_\_\_\_\_, p. 11
30. \_\_\_\_\_, p. 13
31. Conforme depoimento de funcionários que tiveram conhecimento da tramitação daquele documento.
32. Lista de atividades realizadas pela RADIPAR (1975-1987)
33. Portaria nº 0568 de 11/04/1979
34. Portaria relativa ao processo nº 0640 de 2/05/1979 do Ministério das Comunicações, publicada no Diário Oficial da União naquela data.
35. Portaria nº 1598 de 25 de setembro de 1979, publicada no Diário Oficial da União naquela data.
36. Portaria nº 1863 de 5 de novembro de 1979, publicada no diário oficial da União naquela data.
37. RADIPAR, op. cit. p. 13
38. Relação de estações repetidoras/retransmissoras instaladas pela RADIPAR, arquivada na Fundação Rádio e Televisão do Paraná.
39. Relação de pedidos de municípios enviados à RADIPAR, arquivada na Fundação Rádio e Televisão do Paraná.
40. idem
41. **GOVERNO DO PARANA, Plano de Governo**, Curitiba, setembro de 1987
42. RADIPAR, op. cit. Item "Situação Proposta"
43. \_\_\_\_\_, p. 7
44. \_\_\_\_\_, p. 4
45. Versos de J. L. Woerdenbag
46. Coleção de Instrumentos Particulares de Contrato de Doação dos Arquivos da Fundação Rádio e Televisão do Paraná.
47. Caberá à Paulo Egydio Martins, governador do Estado de São Paulo entre 1975 e 1979, desenvolver o projeto de um "Sistema Integrado de Comunicações", sob a responsabilidade da Secretaria do Interior. Tal sistema seria composto por quatro troncos de microondas, "a serem utilizados por todas as emissoras de televisão", destinados a levar a todos os municípios paulistas a imagem e o som dos canais de TV. In: KEHL, M.R. op.cit. pp. 199.

## 6. O EMPRESARIADO DA RADIODIFUSÃO FRENTE AO ESTADO

### 6.1 INTRODUÇÃO

No segundo capítulo deixei indicadas algumas das características comuns à produção acadêmica sobre o tema em questão. No que diz respeito ao empresariado destaquei determinadas posturas assumidas pelos estudos contemporâneos que, acredito, pouco tem contribuído para o entendimento da atuação política deste importante grupo social. Destas, a principal é, sem dúvida, a tendência a se homogenizar o conjunto dos proprietários de estações de rádio e televisão sob uma única rubrica, atribuindo-se a todos aqueles elementos uma identidade de interesses e uma uniformidade de posturas políticas e formas de articulação.

O objetivo deste capítulo é relativizar a imagem de que até agora dispõnhamos sobre este setor do empresariado, adicionando variáveis que durante muito tempo foram desconsideradas pela nossa literatura, em se tratando do entendimento da relação entre Estado e acumulação capitalista privada. Duas destas variáveis me parecem particularmente importantes, e será sobre elas que me dedicarei ao longo destas páginas. Como se verá, ambas estão estreitamente ligadas à questão da heteronomia da burguesia. A primeira diz respeito à distinção entre os empresários que possuem estações de rádio e os que possuem estações de televisão, enquanto que a segunda se remete às diferenças regionais verificadas na atuação política deste empresariado. Foi neste sentido que decidi privilegiar na investigação o discurso das entidades representativas do empresariado da radiodifusão, as quais se organizam quase que exclusivamente à nível estadual. As principais fontes utilizadas foram as publicações periódicas editadas por aquelas associações.

Minha leitura do conteúdo destes periódicos se dirigiu para determinados temas que se revelaram serem recorrentes ao longo do período que antecede a promulgação da atual constituição. Tais temas assumiam um conteúdo predominantemente econômico, mas por vezes também tinham uma acentuada dimensão política, ou mesmo propriamente técnica. Dentre os primeiros podemos apontar: a luta pela destinação de mais verbas públicas para os meios de comunicação eletrônica; a busca da concessão de subsídios nas tarifas de luz e telefone e da isenção de impostos para importação de equipamentos; e, a reivindicação do advento da propaganda político-partidária paga. Quanto aos segundos os principais são: o debate sobre a política de concessão de canais de rádio e televisão levada a cabo pela Presidência da República; a "proliferação desmedida" de emissoras; a entrada de "gente estranha" neste ramo de atividade; e, a tentativa de extinção da obrigatoriedade de transmissão gratuita de programas eleitorais e de divulgação dos poderes públicos (Voz do Brasil, Conversa ao Pé do Rádio, etc.); já a disputa pela destinação de um espaço maior no espectro de frequência radioelétricas, bem como as discussões em torno do lançamento dos primeiros satélites



brasileiros, tem uma dimensão predominantemente técnica. Também examino outras questões mais gerais, relacionadas com as características específicas do modelo de exploração dos serviços radiotelevisivos brasileiros.

Enquanto a exposição das matérias de conteúdo predominantemente "econômico" são fáceis de se entender, aquelas de ordem mais propriamente "política" talvez demandem uma explicação prévia, que diz respeito à conjuntura histórica vivida pelo país durante a década de 1980. Dois aspectos desta conjuntura devem ser destacados, em se tratando de auxiliar a compreensão do debate contemporâneo levado a cabo pelos empresários da radiodifusão. O primeiro diz respeito à persistente crise econômica vivida pelo país, que trouxe inúmeras dificuldades para toda uma série de ramos de atividade e um sem-número de empresas, particularmente no início da década, quando se verificou a ocorrência de um acentuado período recessivo. O segundo se relaciona com a postura "liquidacionista", por assim dizer, assumida pelo Regime Militar (1964-1985) que no apagar das luzes do final do governo João Figueiredo excedeu-se em determinadas práticas que visavam favorecer seus aliados e/ou

prejudicar seus oponentes (postura essa exacerbada pela disputa no Colégio Eleitoral que deveria eleger o sucessor de Figueiredo, bem como pela necessidade de se manter sob controle o processo de redemocratização). Dentre estas práticas uma interessou-me particularmente: a política de concessão de canais de rádio e de televisão.

Ao final do governo Figueiredo se viu emergir, através da grande imprensa,<sup>1</sup> um amplo debate cuja tônica era o questionamento das práticas adotadas pelo Regime Militar na distribuição de canais de rádio e televisão. Assim um autor avaliava o impacto daquela política:

"A legislação que regulamenta as concessões de rádio e televisão atribuem ao Presidente da República um poder absoluto. A outorga de concessões independe de pareceres técnicos (sic) ou de qualquer tipo de avaliação relevante: é uma decisão pessoal da Presidência. No governo do general Figueiredo esse arbítrio foi levado ao extremo: foram mais de 700 concessões de rádio e televisão, o que representa mais de 1/3 do total de emissoras existentes desde o surgimento da radiodifusão no Brasil. Somente no período que vai do início do governo Figueiredo até maio de 1984 (cerca de 10 meses do final do mandato) foram outorgadas 295 rádios AM, 299 FMs e 40 emissoras de televisão. O que corresponde, respectivamente, a 23,5, a 56,3 e a 27,3% do total das emissoras existentes no país."2

O súbito e muito substancial aumento no número de estações existentes no país teve pelo menos duas consequências importantes. A primeira, como já disse, foi o surgimento de críticas contundentes ao monopólio do poder concedente de frequências para estações de radiodifusão, exercido pela Presidência da República, provenientes da grande imprensa em geral e da intelectualidade de esquerda em particular. Mas a coisa não parou aí. O debate chegou a ganhar certo vulto quando da formação do Ministério

Tancredo Neves, no qual coube a Antônio Carlos Magalhães a pasta de Ministro das Comunicações, uma indicação que causou celeuma na época. O Ministro recém-nomeado, aliás, foi um dos personagens que mais contribuiu para colocar lenha na fogueira desta polêmica ao anunciar, logo no início da sua administração, que mandaria proceder a uma revisão em todas as concessões efetuadas nos últimos meses do Governo Figueiredo, uma vez que estas teriam sido efetuadas com base em critérios de "conveniência e oportunidade", contemplando assim, "uma estreita fatia da vontade nacional, em detrimento da desejada participação".<sup>3</sup> Eis uma questão a ser discutida: se a atitude do ministro foi motivada por um genuíno desejo de criticar o autoritarismo da política de telecomunicações, ou se esta deriva da crescente pressão de expressivos setores da opinião pública e da classe política. O que importa é assinalar a importância que ganhou naquela ocasião o debate em torno da política de concessão de canais de radiodifusão. A segunda consequência foi o acirramento da concorrência e uma correspondente pressão para redução das margens de lucro das empresas de radiodifusão, particularmente sobre aquelas que estivessem operando nas regiões onde se

verificaram o maior número de entradas de novos empresários.

São esses episódios que irão marcar o período e induzir o empresariado organizado da radiodifusão a refletir com maior consequência sobre o papel desempenhado pelo Estado, não só enquanto órgão controlador das "entradas" de novos pretendentes neste ramo de negócio, mas também como elemento regulador e disciplinar de todos - ou quase todos - aspectos que dizem respeito à radiodifusão.

Neste capítulo examinarei as principais questões relativas à intervenção do Estado no mercado radiotelevisivo, tal qual estas eram percebidas e avaliadas pelo empresariado privado deste setor. Nossa exposição comportará duas dimensões: a primeira diz respeito às opiniões, posicionamentos e reivindicações que eram comuns, unanimidades - ou quase unanimidades - entre os empresários de rádio e televisão. A segunda expõe alguns elementos que mostram como podem ser, por vezes, profundamente diferentes as opiniões e formas de atuação existentes no interior do vasto contingente de empresários de rádio e televisão.

## 6.2 AS ENTIDADES ESTUDADAS

No decorrer da pesquisa as entidades mais antigas e mais importantes acabaram sendo privilegiadas; afinal, são elas as únicas capazes de manter órgãos próprios de circulação, como jornais, revistas, etc. que acabaram se constituindo na principal fonte disponível. Assim, apesar de praticamente cada estado da federação possuir a sua associação de radiodifusores, serão as entidades dos estados do Paraná, São Paulo, Minas Gerais e Rio Grande do Sul, além da ABERT (esta a única de âmbito nacional) que dedicarei mais tempo na minha exposição.

Antes de iniciar, gostaria de dizer algumas palavras sobre cada uma destas associações.

A Associação Mineira de Rádio e Televisão (AMIRT) foi fundada em 5 de setembro de 1968, possuindo em torno de 120 emissoras de rádio e televisão afiliadas, o que dá uma média de 50% de adesão. O periódico editado pela AMIRT é

intitulado "AMIRT Notícias" e começou a circular em julho de 1987.4

A Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (ABERT) foi fundada em 1962, no bojo de uma ampla - talvez a maior em todos os tempos - mobilização de empresários de rádio e televisão. Tal esforço de arregimentação se deu em função da iminente votação, pelo Congresso, dos vetos apostos pelo Presidente da República ao texto do Código Brasileiro de Telecomunicações (CBT). Estes vetos atingiam justamente os artigos que continham as garantias e vantagens reivindicadas já há bastante tempo pelo empresariado. O bem-sucedido esforço de pressão exercido sobre os congressistas - todos os vetos foram derrubados - foi capitalizado para se fundar a primeira entidade de alcance nacional da categoria: a ABERT. Dentre a variedade de documentos produzidos pela entidade desde 1962, um nos interessa particularmente: a "Revista da ABERT", que começou a circular em 1985. Praticamente todas as emissoras de rádio e televisão do país são afiliadas suas.5

A Associação das Emissoras de Radiodifusão do Paraná (AERP) surgiu em maio de 1975, congregando inicialmente apenas as emissoras das regiões oeste e sudoeste do Estado do Paraná. Em uma reunião de radiodifusores realizada num cidade da região, fundou-se a Associação de Emissoras Regionais do Paraná, a também AERP. Em novembro de 1975 realizou-se em Foz de Iguaçu uma nova reunião, na qual se decidiu pela mudança do nome e âmbito da entidade: de regional passava a estadual. O "AERP informa", órgão de divulgação da associação, começou a circular em 1977. Quase todas as emissoras do estado se filiam à entidade.<sup>6</sup>

A Associação de Emissoras de São Paulo (AESP) é uma das mais antigas entidades representativas do empresariado: foi fundada em 1934. A AESP também detém índices maciços de adesão, existindo uma única emissora paulista que não é sua afiliada. A associação edita desde 1981 o seu "Jornal da AESP".<sup>7</sup>

A Associação Gaúcha de Emissoras de Rádio e Televisão (AGERT) foi fundada em 1962, também no contexto do amplo esforço de mobilização dos radiodifusores, com vistas à interferência na discussão e votação do Código Brasileiro de



Telecomunicações (CBT). A entidade começou a editar o seu "Jornal da AGERT" em fins de 1984. Não foi possível obter qualquer informação sobre os seus índices de adesão. 8

### 6.3 POSTURAS COMUNS AS ENTIDADES REPRESENTATIVAS DOS EMPRESARIOS DE RADIO E TELEVISAO FRENTE A INTERVENÇÃO ESTATAL.

Nesta seção, como o próprio título indica, procurei reconstituir, a partir da leitura dos discursos enunciados pelas entidades representativas do empresariado, os posicionamentos e opiniões compartilhadas em comum pelos titulares de estações de rádio e televisão de todo o país. Os conteúdos aqui examinados se constituem dos aspectos que o empresariado do setor considerava essenciais, no que diz respeito à intervenção do Estado no seu ramo de atividade.

### 6.3.1 A LUTA PELA CONCESSÃO DE SUBSÍDIOS

Ao longo de toda a década passada, mas muito especialmente a partir da segunda metade, as entidades representativas da classe capitalista privada dedicada à radiodifusão vão se movimentar no sentido de deflagrar um série de "campanhas" reivindicatórias. Tais movimentos visavam a obtenção, junto aos governos estaduais, de descontos ou subsídios nas tarifas cobradas pelas empresas de energia elétrica e de telefonia. A importância de eventuais reduções nos gastos com eletricidade e telefonia reside no fato destes serviços serem os principais insumos da indústria da radiodifusão. É a eletricidade que sustenta todas as atividades relacionadas à irradiação e produção de programas radiotelevisivos; e é através de linhas telefônicas que se transmite a programação das emissoras de rádio "cabeças de rede" às suas afiliadas.

Os radiodifusores não tiveram muitas dificuldades, em se tratando de obter subsídios às tarifas telefônicas. No processo eles foram muito favorecidos pela predisposição do governo federal, ainda durante o regime militar, de facilitar a integração do território nacional, através da interiorização dos serviços radiotelevisivos. De fato, portarias do antigo Ministério das Comunicações previam descontos de 15 a 20% nos custos das emissoras com o envio da sua programação pelas empresas pertencentes ao sistema TELEBRAS. Tudo isso a pretexto de se intensificar a interiorização da mídia eletrônica.<sup>9</sup> Este sucesso não impediu que, à nível regional, as entidades de radiodifusores continuassem, através de campanhas junto às empresas estaduais de telefonia, a lutar para ampliar as margens dos descontos.<sup>10</sup>

Já a conquista de tarifas de eletricidade subsidiadas se constituiu num processo bem mais lento e errático, uma vez que a concessão destas dependia de uma opção política de cada governo estadual, responsáveis que eram pelas diversas companhias regionais de energia elétrica. Neste processo foram acionados outros mecanismos que não a necessidade, suposta ou real, de se

incentivar a integração do país, via interiorização da mídia eletrônica. No intuito de obter reduções nos seus gastos com energia elétrica o empresariado da radiodifusão lançou mão, no interior da sua argumentação, da ênfase ao caráter de interesse público das suas atividades. De fato, a partir de 1984 as diversas entidades representativas da radiodifusão vão procurar incessantemente, junto às companhias estaduais de energia elétrica, firmar convênios que lhes permitissem abater nas suas contas de luz o valor correspondente ao tempo dedicado à divulgação de campanhas de utilidade pública daquelas companhias.

A AESP (Associação de Emissoras de São Paulo) foi a primeira entidade a efetivar, em meados de 1984, o subsídio dos gastos com eletricidade de seus radiodifusores. A idéia vinha ganhando forma desde, pelo menos, 1981. Já naquele ano a AESP reivindicava, junto ao Ministério das Minas e Energia, a adoção de tarifas diferenciadas ("adoção de tabela industrial") para o consumo de energia elétrica pelas estações de rádio e televisão.<sup>11</sup> Paralelamente, a entidade vai apoiando outras iniciativas semelhantes, como a proposta feita

pelo Deputado Renato Johnson (PDS-PR) àquele ministério em 1983,<sup>12</sup> no sentido de que as emissoras de radiodifusão pagassem pela energia elétrica tarifas idênticas àquelas cobradas das empresas rurais. Também o Deputado Francisco Amaral (PMDB-SP) toma iniciativa idêntica.<sup>13</sup>

Logo a ABERT (Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão) vai se movimentar neste sentido. Em 1982 durante um congresso de radiodifusão realizado no Distrito Federal a entidade decidiu pleitear, junto ao Ministério das Minas e Energia, a adoção de tarifas reduzidas e diferenciadas para a radiodifusão brasileira.

Mas será a atuação junto ao Executivo estadual a mais frutífera. Em agosto de 1984, concretizando uma idéia incubada desde fins de 1983, a AESP celebrava a assinatura de um contrato com as empresas energéticas do Estado, segundo o qual o valor das contas de luz das emissoras de rádio e televisão seria trocado por espaço para veiculação de inserções publicitárias daquelas empresas. O valor seria estipulado em função da potência de cada emissora e do tamanho da população atingida. Primeiro do seu gênero, o acordo se transformaria em um modelo, cuja

implantação se constituiria em objetivo a ser alcançado por quase todas entidades representativas do setor.<sup>14</sup>

É também em 1984 que a AERP (Associação de Emissoras de Radiodifusão do Paraná) começa a encaminhar várias iniciativas no sentido de conquistar a transformação de, pelo menos, um percentual das contas de energia elétrica em patrocínio publicitário da COPEL (Companhia Paranaense de Energia Elétrica). Em fins de 1987 é assinado um convênio com aquela empresa para a permuta do valor **integral** das contas de luz das emissoras pela veiculação de publicidade da COPEL.<sup>15</sup>

Também em 1987 a ABART (Associação Baiana de Emissoras de Rádio e Televisão) vai conseguir, junto à COELBA (Companhia de Eletricidade do Estado da Bahia), a assinatura de um convênio que permitia às emissoras pagar a sua conta de energia elétrica com a veiculação de publicidade daquela companhia.<sup>16</sup>

Em 1988 é a AMIRT (Associação Mineira de Rádio e Televisão) que vai firmar com a CEMIG (Centrais Elétricas de Minas Gerais) acordo semelhante:

"... o que existe de verdade é uma proposta, por nós encaminhada ao Governador Newton Cardoso para que as emissoras a nós afiliadas obtivessem, a exemplo de outros estados como São Paulo, Pernambuco e Bahia, entre outros, um convênio que é chamado de "encontro de contas" onde as emissoras pagam normalmente suas contas do mês e no mês seguinte veicularão publicidade da própria CEMIG - campanhas de interesse público - sendo a emissora reembolsada do valor pago no mês anterior..."17

Semelhante, pois, embora se prevísse uma permuta em termo idênticos àqueles alcançados pelos radiodifusores paulistas, paranaenses e pernambucanos, entre outros, só se conseguiu a transformação do valor da conta de luz em publicidade de um certo percentual daquelas, que foi de 50%. Além disso, a obtenção deste acordo foi atribulada pela necessidade, por parte da AMIRT, de desvinculá-lo do esforço de auto-divulgação do Governo Newton Cardoso (1986-1990).

### 6.3.2 O COMBATE A TRANSMISSÃO OBRIGATORIA E GRATUITA DE PROGRAMAS E PUBLICIDADE

Uma das posturas mais constantes do empresariado brasileiro da radiodifusão, em qualquer lugar e em qualquer época, diz respeito ao seu combate incansável à obrigatoriedade de transmissão gratuita de programas e publicidade, tanto dos partidos políticos, quanto dos poderes constituídos. Muito especialmente, a propaganda eleitoral gratuita (abreviadamente: PEG), e a correspondente proibição de se veicular publicidade política remunerada, sofreram críticas e ataques incansáveis, que assumiam formas variadas:

"... a propaganda eleitoral gratuita, além de afetar consideravelmente os índices de audiência, altera profundamente a captação de recursos financeiros indispensáveis para a boa continuidade dos serviços prestados, abalados pelos altos custos operacionais e pela crise que afeta a economia nacional..." 18



O ataque à propaganda eleitoral gratuita assumia duas formas dominantes. Na primeira apontava-se o seu caráter anacrônico, uma vez que a legislação que instituiu a PEG remontava à época do "... regime de autoritarismo, censura e bipartidarismo." 19 A maior liberdade de expressão e manifestação, por um lado e, por outro, o aumento espetacular do número de partidos políticos legalizados - com direito, portanto, à se utilizar do tempo destinado à PEG, alongando-o até as raias do absurdo - terminaram por destituir tal propaganda de sentido. Razões de ordem prática e a nova conjuntura política vigente constituem o essencial desta argumentação.

Mas o conjunto de argumentos mais revelador, em se tratando da explicitação das posturas do empresariado frente à intervenção estatal, é aquele que diz respeito à qualificação da atividade radiotelevisiva como empreendimento capitalista privado, isto é, que é destinado pelos seus proprietários única e exclusivamente à busca de lucros; assim, a obrigatoriedade de transmissão do Horário Eleitoral Gratuito - ou qualquer outro - é absurda:

"... a concessão é um documento que dá ao empresário o direito de explorar o serviço de radiodifusão... desde que faça consideráveis investimentos e contrate pessoal especializado. Não é, como parece supor, uma benesse e está muito longe disso... apesar de serem empresas privadas... precisam ceder os horários requisitados para a Voz do Brasil, Projeto Minerva, Conversa ao Pê do Rádio, Voz da Constituinte, Diário da Constituinte e para diversas autoridades... quando chega a época de eleições, enquanto todas as mídias podem faturar com as campanhas políticas, o rádio e a TV são proibidos de veicular propaganda paga, além de serem "premiados" com a transmissão gratuita, obrigatória e diária, em rede, durante dois meses antes do pleito... esse é um tratamento injusto para com a radiodifusão, pois não se sabe que nada semelhante ocorra com outras categorias econômicas que também dependam de concessão ou autorização... Os bancos não emprestam dinheiro ao governo sem cobrar juros. As companhias aéreas e de ônibus não lhe dão passagens gratuitamente. As empresas distribuidoras de derivados de petróleo e os postos não lhe dão combustível gratuitamente. As empresas de mineração idem. Por que o ônus só para a radiodifusão?" 20

Ao longo de todas as últimas três décadas as entidades combateram incansavelmente tal "ônus"; proporem formas de mitigá-lo (como a reivindicação do abatimento no Imposto de Renda do valor dos horários irradiados gratuitamente, obtida em 1988), ou simplesmente buscaram extingui-lo; atacaram - no mais das vezes com sucesso - todas as iniciativas de se introduzir novos horários de transmissão gratuitos; e lutaram incansavelmente pela introdução da propaganda política paga. Mas não são estas questões que gostaria de desenvolver aqui. Deste tema o que interessa, de fato, é captar uma determinada faceta da noção que o empresariado dispõe sobre o seu próprio ramo de negócio.

A comparação - e o subsequente nivelamento - da concessão de canais de rádio e televisão com outras concessões é o argumento mais frequente e eficazmente esgrimido pelos empresários da radiodifusão, em se tratando de repelir a obrigatoriedade da transmissão de quaisquer horários gratuitos. No nivelamento da radiodifusão à outras atividades econômicas, se oculta o caráter público deste ramo de atividade. Tudo se passa como se o radiodifusor, assim como qualquer outro empresário, exercesse uma função

que só diz respeito a ele mesmo, isto é, como se a sua atividade fosse eminentemente privada.

Poderia, através da exposição de dados relativos ao alcance e penetração destes meios de comunicação de massa, facilmente rebater estas colocações. Contudo, ficaria sempre presente o risco de enveredar por uma discussão sem fim. No entendimento do caráter público da atividade radiotelevisiva prefiro caminhar noutra direção.

Como vimos, a partir da segunda metade da década de 1980, as associações de radiodifusores se unem em torno da proposta de permuta do valor a ser cobrado do consumo de energia elétrica pela veiculação de publicidade das empresas públicas de eletricidade. Tratava-se de pagar a eletricidade com o fornecimento do único serviço que estas empresas comercializavam: a irradiação de inserções publicitárias. Em termo práticos isto equivaleria ao seguinte: que os postos de gasolina, por exemplo, pagassem sua conta de luz com os derivados de petróleo que eles comercializam - ou que não conseguiram comercializar - ou ainda, saindo um pouco dos ramos que necessitam de concessão para poderem funcionar, que as agências de automóveis usados pagassem sua conta de luz com os veículos que

elas vendem - ou mesmo com aqueles que são invendáveis. Assim, seja por ter garantido a venda antecipada de determinadas inserções comerciais, seja por ter vendido horários para estas inserções que normalmente seriam comercializados a preço vil ou mesmo invendáveis, os convênios de permuta eletricidade/publicidade, só podem ser descritos como um subsídio.

E qual é o argumento empregado pelo empresariado da radiodifusão para justificar a obtenção deste subsídio? Nada mais, nada menos do que a função pública dos anúncios veiculados! Campanhas de utilidade pública, de esclarecimento ao público, de notícias urgentes que são de interesse de toda população. Tais são os conteúdos das inserções publicitárias das companhias de energia elétrica, que o empresariado se propõe a veicular em troca do valor da sua conta de luz. Na proposta está implícita a idéia de que somente o rádio e a televisão são capazes de levar ao conhecimento público determinadas mensagens. Justifica-se, assim, que seja dada a eles, e somente a eles, o privilégio de pagar a conta de luz com os serviços que eles comercializam.

Ora, este caráter público da atividade radiotelevisiva, que é explicitado quando se trata de arrancar subsídios do Estado, é o mesmo que é negado, oculto, deformado pelo empresariado quando ele se movimenta para repelir a obrigatoriedade de transmissão gratuita dos diversos programas eleitorais, informativos e educativos.

Tal contradição no interior do discurso empresarial é muito mais aparente do que real pois, ambas as atitudes se inserem no bojo de uma política de maximização dos lucros (subsídios) e redução dos prejuízos (horários gratuitos de transmissão obrigatória) que é, aliás, inerente à uma postura empresarial. Neste sentido, o propósito de "descobrir" qual das duas atitudes é a mais verdadeira ou sincera carece de significação. Importa, isso sim, apontar as diferentes dimensões da atividade radiotelevisiva e, sob qual ponto de vista as associações de radiodifusores as interpretavam.

### 6.3.3 A FRAGMENTAÇÃO DO MERCADO RADIOTELEVISIVO: O PROBLEMA DA "PROLIFERAÇÃO DESMEDIDA" E DAS "PESSOAS ESTRANHAS AO MEIO"

Já tive oportunidade de discorrer sobre a política de concessão de canais de rádio e televisão levada a cabo pelo Presidente João Figueiredo e apontar algumas das suas consequências. Cabe agora interpretar como o empresariado da radiodifusão se colocou diante deste processo numa conjuntura que compreende o fim do regime militar e a promulgação da atual constituição. Na minha exposição dois problemas - tal qual eram entendidos pelos radiodifusores - são tratados: a "proliferação desmedida" de emissoras por todo país e a entrada de "gente estranha" ao meio, isto é, pessoas desligadas da atividade radiotelevisiva e, em princípio, guiadas por uma lógica diferente daquela adotada pelos empresários tradicionalmente dedicados ao ramo.

As referências mais antigas ao problema datam de 1979, quando de uma entrevista da AERP com o Secretário de Radiodifusão do Ministério das Comunicações. Mas é a partir do início da década seguinte que o assunto começa a ocupar um lugar central nas preocupações dos radiodifusores, vindo mais tarde a se constituir no maior problema enfrentado pela categoria nos tempos atuais. Em 1981 a AERP envia ao Ministro das Comunicações uma moção no sentido de que fossem estabelecidos "... parâmetros rígidos para abertura de novos editais (de concorrência à canais de rádio e televisão) a fim de evitar a proliferação indiscriminada de emissoras, com o enfraquecimento das já existentes".<sup>21</sup>

Em 1982 a questão foi retomada pelo presidente da ABERT em uma fala dirigida ao Ministro das Comunicações, onde mencionou a "saturação do mercado" e o "número exagerado de emissoras" em determinadas regiões.<sup>22</sup>

Também a AGERT (Associação Gaúcha de Emissoras de Rádio e Televisão) sentia o problema da mesma forma, como o demonstra a fala do seu presidente: "A radiodifusão como a maior parte da população brasileira vem enfrentando horas de angústia e dificuldades. Em algumas regiões está



havendo a superposição de emissoras, não existindo mais respeito pelo mercado." 23

Durante toda a década de 1980 o problema continua a ser apontado como central pelo discurso dos radiodifusores: "... (estamos) considerando que a livre concorrência é realmente salutar, porém, a concorrência desmedida torna-se prejudicial à qualidade das programações, prejudicando sensivelmente o consumidor final que é o ouvinte, o que sem dúvida, deteriora a educação e a cultura do povo brasileiro." 24

Da leitura de qualquer dos discursos enunciados pelos empresários do setor, independentemente da sua região de origem, o tema da "proliferação desmedida" de novas emissoras, da "saturação do mercado", do "número exagerado de emissoras" ocupa o lugar principal. De fato, o crescimento em número das estações de radiodifusão é um dado seguro sobre este período, e é invocado sempre que se caracteriza a situação de crise pela qual passava a radiodifusão. Também a recessão econômica produziu seus efeitos maléficos sobre a rentabilidade do setor, aguçando a crise.

Mas há uma outra dimensão do problema: é a que diz respeito à origem e intenções destes novos pretendentes à radiodifusão que surgem nesta época. O que queremos dizer é que não é só a constatação do súbito aumento do número de concorrentes, ao lado da deterioração geral dos indicadores econômicos, que informa a percepção dos empresários sobre a crise pela qual estaria passando o setor. Informando tal percepção existe também a figura das "pessoas estranhas ao rádio"; os que, desprezando as normas que regem a fixação de margens de lucro para a radiodifusão, insistiam em oferecer seus serviços aos anunciantes à preço vil e a instalar novas emissoras em locais já ocupados por grande elevado número de outras estações. Mas quem eram estes "elementos estranhos" que com suas práticas anti-capitalistas (ou não-capitalistas) contribuíam tanto para comprimir a lucratividade do setor? Uma das muitas ocasiões em que eles foram explicitamente nomeados foi durante o I Congresso de Comunicações e Informação, realizado em São Paulo em 1984, quando os radiodifusores presentes deliberaram...

"... defender o ingresso na radiodifusão de grupos empresariais capacitados e interessados em manter e qualificar o setor que **podem** ser políticos, mas que não sejam apenas políticos..." 25 (grifos meus)

De fato, a utilização das estações de rádio para fins político-eleitorais, em detrimento da sua função econômica original (isto é, a obtenção de lucro monetário), bem como o favorecimento de grupos políticos em prejuízo dos setores empresariais tradicionalmente ligados ao setor no decorrer dos processos de concorrência à novos canais de rádio e televisão, foram insistentemente criticados pelas entidades representativas do empresariado. Em 1988 um grupo de radiodifusores mineiros assim se dirigia à ABERT:

"Registramos nossa apreensão em face das notícias veiculadas na imprensa nacional, apontando a concessão de canais de rádio como instrumento de negociação ou barganha política do governo, numa flagrante desvalorização de um dos mais importantes meios de comunicação do país. Jamais poderemos aplaudir expedientes que contemplam pessoas inteiramente **afastadas** do meio do rádio numa competição desigual e injusta, punindo quem **efetivamente** trabalha pelo engrandecimento desse extraordinário meio de comunicação. Tais métodos em nada contribuem para o aperfeiçoamento da democracia brasileira." 26 (grifos meus)

Nem sempre as queixas eram formuladas de forma tão discreta. Veja-se, por exemplo, a seguinte manifestação dos radiodifusores mineiros, protestando contra a propaganda eleitoral gratuita:

"... no interesse da democracia e em benefício das instituições, as emissoras de rádio e televisão deveriam ser desobrigadas de transmitir programas gratuitos. A rigor, quem deveria assumir o encargo é a rede de emissoras oficiais. **Al** sim, seria optativo para os cidadãos. Du então voluntariamente os **deputados** que tem em seu nome ou em nome de parentes concessões de emissoras deveriam ser obrigados a integrar a cadeia oficial (de transmissão)." 27 (grifos meus)

Os políticos que se tonaram radiodifusores neste período não eram detestados pelos "autênticos" radiodifusores só porque eles instalavam suas estações em regiões já "saturadas" de emissoras; ou ainda, porque eles conseguiam obter precedência sobre os empresários tradicionalmente ligados ao ramo nos processos de concorrência à canais de rádio e televisão. Os políticos eram odiados também porque eles desrespeitavam as tabelas de preços mínimos instituídas pelos "acordos de cavalheiros" entre os radiodifusores. De fato, ao longo de toda década passada, os radiodifusores vão buscar organizar o seu mercado, evitando a ocorrência de "guerras de preços", através da instituição de tabelas de preços que garantissem um mínimo de lucratividade ao setor. As dificuldades para se manter um tal acordo num mercado fragmentado como o do rádio devem ter sido grandes. Mas devem ter se tornado enormes com a entrada, neste ramo de atividade, de elementos desinteressados do objetivo da busca de lucro e alheios à organização do mercado: os políticos.

A "saturação do mercado" derivada da "proliferação indiscriminada" de emissoras induziu os radiodifusores a pressionarem o Poder Executivo no sentido da adoção de algum tipo de fórmula que, por um lado, reduzisse o número de novas entradas no setor e, por outro, instituisse critérios no encaminhamento do processo de concessão de canais de rádio e televisão que garantissem a lucratividade do setor e/ou a prevalescência de grupos empresariais tradicionalmente ligados ao ramo afastando, conseqüentemente, os políticos. Vale a pena examinar algumas destas iniciativas, uma vez que elas revelam muito da concepção da classe empresarial acerca de qual deveria ser o papel do Estado no processo de regulamentação da atividade radiotelevisiva.

A partir de meados de 1979 a AERP começa a fazer consultas junto ao Ministério das Comunicações, no sentido de obter para os radiodifusores a preferência daquele órgão, em se tratando das concorrências para os canais de rádio FM que iam se instalando em proporções crescentes. Não se conseguiu uma resposta positiva.

Melhor sucedidos foram os esforços para se impor um determinado ritmo ao volume de novas concessões. Em agosto de 1979 o Secretário de Radiodifusão do Ministério das Comunicações anunciava que...

"... o MiniCom fixou em seis (mínimo) e oito (máximo) o número de novos editais para abertura de novas emissoras de rádio a cada mês no país. Tal medida visa compatibilizar o interesse da radiodifusão brasileira - que está assustada com a proliferação de rádios em centros já **saturados** - com o interesse da indústria de equipamentos para emissoras de rádio existentes em nosso país... com esta medida fica atendida uma reivindicação das entidades de classe da radiodifusão, preocupadas com a saturação de emissoras em mercados sem suporte econômico e, sem prejudicar a indústria brasileira de equipamentos de radiodifusão." ZS  
(grifos meus)

Outra medida de importância que o Ministério adota nesta época e que teve sérias consequências para o funcionamento do mercado da radiodifusão, foi a edição do decreto nº 24.064 de 8 de outubro de 1979, o qual proibia que as estações retransmissoras de televisão fizessem concorrência às estações de rádio. O Regulamento Geral dos Serviços de Retransmissão e Repetição de TV, assinado em 1978, permitia às estações

repetidoras e retransmissoras a geração de inserções publicitárias. Muito cedo os proprietários destas estações perceberam que, em lugar de retransmitir integralmente a programação das suas geradoras, seria muito mais vantajoso a retransmissão apenas dos programas, destinando à repetidora a tarefa de gerar seus próprios comerciais, vendidos ali mesmo na região. Conforme as características do mercado, a repetidora poderia gerar integralmente todos os seus comerciais, ou combiná-los em diferentes proporções com aqueles enviados pela geradora. O processo se efetuava a um custo bastante baixo. Bastava encarregar um operador de, no tempo certo, suspender a irradiação da programação enviada pela geradora e, imediatamente, substituí-la pela transmissão dos tapes contendo propaganda dos anunciantes locais.

Podemos facilmente imaginar o impacto que este processo deve ter tido sobre o mercado publicitário do interior dos estados e, principalmente, sobre as finanças daquelas que imaginavam monopolizar a mídia eletrônica da região: as estações de rádio. O decreto em questão vai eliminar este processo de concorrência. Em seu artigo 20 estabelece que:



"... as inserções publicitárias, destinadas às estações retransmissoras, terão duração máxima igual e coincidente com os espaços de tempo destinados à publicidade comercial transmitida pela estação cedente da programação, condicionados aos seguintes fatores: a) inexistência de estação geradora de televisão ou de estação sonora de onda média instalada na cidade..." 29

Mas nem uma nem outra medida parecem ter tido os resultados desejados. Em 1981 a AERP voltava a requerer ao Ministério das Comunicações o estabelecimento de "... parâmetros rígidos para abertura de novos editais a fim de evitar a proliferação indiscriminada de emissoras, com o enfraquecimento das já existentes". Naquele mesmo ano a AESP, durante o IV Congresso Empresarial de Radiodifusores solicitava, pura e simplesmente, que o Ministério das Comunicações cancelasse (!) a portaria que estava abrindo mais um canal de rádio nas cidades de Bariri, Guarulhos e Itapetininga.<sup>30</sup> Mais prosaica foi a solicitação da ABERT ao mesmo Ministério, feita em 1982, no sentido de que "... nas informações à imprensa sobre o número de canais de radiodifusão no país nunca mencionem o

número de canais tecnicamente disponíveis (!!)."

31

Em meados de 1982, durante um Congresso de Radiodifusão realizado no Distrito Federal, os radiodifusores voltam a propor soluções para o problema:

"O Ministério das Comunicações deve fazer um estudo de viabilidade econômica para instalação de novas emissoras, e não apenas um estudo de viabilidade técnica. Solicitação neste sentido foi feita pelo presidente da ABERT, Joaquim Mendonça, ao Ministro das Comunicações, Haroldo Corrêa de Mattos. Segundo a ABERT, das 1.400 emissoras de rádio que estarão instaladas no país até o final do ano (atualmente são 1.100), 80% estarão em cidades com menos de 100.000 habitantes. Com os anúncios de austeridade econômica é pouco provável que estas emissoras consigam recursos em suas regiões para continuarem operando. Isto pode levar ao desaparecimento da radiodifusão em regiões distantes, segundo o Presidente da ABERT."32

A proposta deste estudo de "viabilidade econômica", que seria equivalente ao de viabilidade técnica para abertura de novos editais de concorrência, não chegou a ser sistematizada. Na plenária final do mesmo encontro, foi aprovada um moção que pedia ao

Ministério das Comunicações "... a edição de um decreto semelhante ao que paralisou o surgimento dos cursos superiores no Brasil por três anos, impedindo a abertura de licitações para novas emissoras em áreas metropolitanas por um período semelhante..."<sup>33</sup>

O tema da "viabilidade econômica" também foi objeto do pensamento da AESP. Em março de 1985 a entidade assim se colocava:

"A AESP não é contra a expansão da radiodifusão e não pretende ver cerceado seu crescimento, desde que novas estações surjam em locais onde haja **viabilidade** para sua implantação. E essa viabilidade deve ser constatada segundo critérios **sócio-econômicos** da cidade ou região onde se pretende abrir mais um canal..."<sup>34</sup> (grifos meus)

Também no IV Congresso Estadual de Radiodifusão da AESP a proposta de algum tipo de estudo de "viabilidade econômica" volta a ser ventilada:

"Não é através da proliferação indiscriminada e sem critério de novas emissoras que se vai incentivar a radiodifusão no país. Há de haver um critério quase científico de outorga e instalação de novas emissoras. Cidades há em que o número de emissoras é tão grande, que elas mesmas se afogam e se destroem, reduzindo a qualidade dos serviços, sufocando o verdadeiro ideal e os relevantes serviços que podem prestar... por força de injunções econômicas, por força da necessidade de sobrevivência, a concorrência é natural... Pode e deve o governo permitir a instalação de emissoras, como elemento catalizador de cultura e informação, em locais onde o rádio é reclamado, mas nunca nas cidades já aquinhoadas com muitas emissoras..."<sup>35</sup> (grifos meus)

Outra proposta para este dilema foi apresentada durante o I Congresso de Comunicação e Informação, realizado em São Paulo em 1984. Documento elaborado por um grupo de radiodifusores presentes faz menção à necessidade de se "... defender uma melhor distribuição das concessões pelo território brasileiro, obedecendo a critérios técnicos, financeiros e de mercado."<sup>36</sup> (grifos meus)

Ainda em 1985 a AESP inovava, ao defender a participação da própria categoria no processo, sugerindo que "... as concessões e permissões só sejam efetuadas após criterioso exame por um grupo formado por representantes do MiniCom, ABERT, Congresso Nacional e associações regionais de radiodifusores."37

Com a posse do novo Governo em março de 1985, e a correspondente ascensão de um empresário da radiodifusão à pasta das Comunicações, tais reclamos serão atendidos. Em outubro de 1985 o Ministro Antonio Carlos Magalhães modificou as exigências para abertura de edital de concorrência de canal de radiodifusão, introduzindo o princípio da "demonstração de viabilidade econômica", sugerido pelas entidades representativas do empresariado - como a ABERT e a AESP - que comentamos a seguir.

Como vimos no segundo capítulo, a abertura de um edital deste tipo está condicionada, em qualquer lugar do mundo, à viabilidade técnica do empreendimento. Isto é, toda nova estação a ser implantada não pode, em nenhuma hipótese, causar interferência em qualquer serviço de comunicação já existente. É por isso que o DENTEL elabora o Plano Básico de

Distribuição de Canais que prevê, justamente, o número de estações de cada serviço que é viável para determinada região. Contudo, o Plano Básico não cobre todas as regiões do país, nem tão pouco esgota todas as diversas possibilidades de combinação do número, potência, tipo e frequência de operação dos serviços radiotelevisivos. Existem regiões inteiras do país que simplesmente não constam do Plano Básico. Ou ainda, certos serviços, como os de retransmissão de televisão, também não tem um plano de distribuição de canais pré-existente.

Como procede o interessado em instalar estação de rádio ou televisão cuja localidade não conste do Plano Básico? Neste caso, ele deverá arcar com os custos da elaboração de um Estudo de Viabilidade Técnica, por parte de um engenheiro de telecomunicações. Este estudo de viabilidade é, de fato, a "prova" do ponto de vista técnico, de que é possível se instalar estação de rádio ou televisão naquela região que o Plano Básico ignora. Demonstrada a viabilidade técnica, segundo critérios de engenharia estabelecidos internacionalmente, o interessado requer ao DENTEL a inclusão daquele canal no Plano Básico e, a abertura de um edital de concorrência. Aqui

duas observações: o Ministério não faz estes estudos de viabilidade técnica - apenas opina sobre sua validade; e, o fato de alguém ter provado a viabilidade técnica da instalação de tal ou qual estação, não lhe garante nenhuma preferência no processo de concorrência.

Assim, o princípio de viabilidade econômica introduzido pelo Ministro em 1985 é, nada mais nada menos do que a transposição, para o plano do mercado, de uma prática própria das ciências físicas! Qualquer estudante de engenharia tem noção dos critérios técnicos que regem a implantação de emissoras de radiodifusão numa determinada localidade. Mas como estabelecer quais os critérios que irão determinar a viabilidade econômica? Para esta questão o decreto número 91.837 de 25 de outubro de 1985 não tem respostas. Apenas indica que tais critérios serão estabelecidos em legislação complementar. Até o presente momento (1990) tal matéria não foi regulamentada, apesar de estar em vigor desde a sua publicação. Assim, aqueles que se viram obrigados a comprovar a "viabilidade econômica do empreendimento" puderam lançar mão de toda sorte de critérios subjetivos para justificar que tal ou qual cidade merecia sua

segunda estação de TV, sua terceira estação de FM ou sua quarta emissora de AM...

O mais surpreendente nesta tentativa de se planificar, no sentido socialista do termo, a atividade econômica da radiodifusão é o fato de que tal proposta não se originou na cabeça de algum burocrata obscuro, ignorante das virtualidades das forças do mercado. Muito pelo contrário, não só os próprios radiodifusores foram os mentores da idéia, como também eles pressionaram o Ministério para sua implementação. Segundo o Ministro, a adoção da exigência do estudo de viabilidade econômica para abertura de novos editais decorreu das justas pressões do empresariado da radiodifusão que, desejoso de impedir a concentração de várias emissoras num único local, pediu a adoção de princípios normativos que "eliminasse o fantasma da concorrência desenfreada". 38

Contudo, a continuidade dos reclamos das entidades representativas do empresariado, em torno do tema da "concorrência desenfreada" e/ou da "proliferação desmedida" de emissoras parecem apontar numa única direção: a da completa inutilidade do decreto número 91.837 como instrumento de contenção daquelas manifestações.



Tanto é que continuaram os radiodifusores a propor soluções alternativas, mesmo muito tempo depois da edição daquele decreto.

Em setembro de 1986, durante o VII Congresso da AESP o empresário Maurício Sirotski, dirigente máximo do poderoso grupo de estações de rádio, televisão e jornais conhecido como Rede Brasil Sul, voltava a preconizar que "... as concessões sejam feitas a empresários do ramo, que possam exercê-las com isenção, responsabilidade e vocação para servir ao bem comum."<sup>39</sup> (grifos meus)

Em 1988 a AESP enviava carta ao Ministro das Comunicações pedindo, uma vez mais, para opinar na abertura de editais para emissoras paulistas. Para evitar a "concorrência desmedida" que diminuía a qualidade dos serviços oferecidos, prejudicando os ouvintes, é que a AESP "... pleiteia determine V. Exa. seja esta associação convidada a opinar quando da abertura de editais de rádio e televisão em nosso Estado."<sup>40</sup> Ainda em 1988 o Presidente da ABERT qualificava a proliferação indiscriminada de emissoras como maior problema da radiodifusão do país.

#### 6.3.4 O PROBLEMA DAS CONCESSÕES DE CANAIS DE RÁDIO E TV

A preocupação com o papel do Estado enquanto controlador das "entradas" de novas empresas na indústria da radiodifusão, acabou conduzindo os empresários do ramo à participação no debate contemporâneo sobre a política de concessão de canais de rádio e televisão, que até então fora objeto de preocupação quase que exclusiva dos intelectuais de esquerda.

As primeiras manifestações de insatisfação do empresariado da radiodifusão, para com a atribuição exclusiva do poder concedente de estações de rádio à pessoa do Presidente da República, datam de novembro de 1981. No decorrer do IV Congresso Empresarial de Radiodifusores realizado pela AESP, as críticas à "proliferação" de emissoras de rádio foram acopladas à condenação do uso da política de concessões para fins eleitorais. No caso, os protestos estavam voltados para o uso das concessões como moeda política nas eleições de 1982.

De fato, é a partir de 1982 que o empresariado começa a discutir, mais abertamente, o problema posto pelo monopólio do poder concedente nas mãos da Presidência. Durante o XIII Congresso Brasileiro de Radiodifusão, realizado pela ABERT em Brasília, manifestaram-se sobre o assunto os principais dirigentes daquela entidade:

Januário Carneiro (Vice-Presidente): "... as concessões deveriam ser dadas não segundo os interesses e conveniências do governo, porque todo governo é transitório, mas segundo os interesses da nação, estes sim, permanentes e definitivos. Restaria discutir a mecânica das concessões que hoje obedece a regras estabelecidas no código e, que terminam sendo absolutamente fictícias na realidade porque o governo tem livre arbítrio e total liberdade de escolha dos concessionários."

Joaquim Mendonça (Presidente): "... o sistema atual concentra muitos poderes nas mãos do governo e este adota um critério político para dar ou renovar concessões".<sup>41</sup>

Estas opiniões não podem, porém, serem tomadas enquanto manifestações da categoria, mas sim dos seus titulares. Apesar de condenarem a mecânica de concessões vigente, nenhum deles colocou soluções para o problema. Mas quando

consultados a respeito da participação popular no processo, como uma alternativa ao autoritarismo vigente, ambos manifestaram uma profunda desconfiança .

Em agosto de 1982 era a vez da ACAERT (Associação Catarinense de Emissoras de Rádio e Televisão) manifestar seu desejo de que "... o ano eleitoral não sirva de pretexto para uma desordenada e irresponsável distribuição de novas concessões em flagrante prejuízo do autêntico radiodifusor."<sup>42</sup> (grifo meu) Novamente em 1984, no auge do festival de concessões do governo figueiredo, a entidade condenou a "... nociva ingerência política na concessão de canais que relega a segundo plano a capacitação profissional dos radiodifusores."<sup>43</sup>

Mas a primeira proposta de mudança na sistemática da política de concessão de canais, elaborada por radiodifusores apareceu em 1984, durante o I Congresso Nacional de Comunicação e Informação, elaborada por filiados à AESP:

"Os critérios de concessão de canais de radiodifusão devem ser modificados de forma a garantir o mesmo nível de liberdade da imprensa escrita. Entendem os participantes do congresso que a União quer preservar a concessão para si e, que não seria viável transferir esta atribuição ao Congresso Nacional, pois ele não tem agilidade suficiente para atender as necessidades do empresariado que pleiteia a concessão. Assim, a sugestão é que a concessão seja decidida por uma comissão triplice, com um representante do governo, através do MiniCom, um representante do Congresso Nacional, que possivelmente integre a Comissão de Comunicação e por um representante da associação (ABERT)". 44

A AESP voltaria, ainda em 1984, a condenar, na política de concessão de canais, a "... necessidade de apadrinhamento político que coloca a radiodifusão a reboque de interesses que nem sempre estão em sintonia com os ideais de seus dirigentes".

Em outubro de 1985 foi a vez da AGERT fazer a sua crítica e apresentar uma proposta de política de concessões. Num Congresso Estadual de Radiodifusão realizado em Canela os associados da AGERT resolveram defender "... a urgente necessidade de revisão do sistema de concessão de canais de rádio e televisão, mediante a criação

de um Conselho Nacional de Radiodifusão, como forma de **democratizar** o processo e agir com justiça e equidade." 46 (grifo meu) Na composição de tal conselho se previa a participação de representantes do governo, do Congresso e dos radiodifusores.

Também em 1935 a AESP ventilou o assunto. Em março ela manifestava a esperança de que o Ministro modificasse os critérios de concessão vigentes...

"... para que a capacitação profissional dos candidatos, independentemente do fato deles serem políticos ou não, tenha um peso acentuado. Para que a concorrência... não seja feita a portas fechadas, mas sim às claras, como são as demais concorrências públicas. Isso iria eliminar todas as suspeitas e boatos de que o vencedor foi apadrinhado... hoje... os concorrentes não tem a menor chance de saber os critérios utilizados..." 47 (grifo meu)

1987 é o ano da Assembléia Nacional Constituinte. Já dissemos que tal fato favoreceu a emergência de uma série de propostas voltadas para o delicado problema da política de concessão de canais de rádio e TV. Paradoxalmente, é a partir daí que as entidades representativas do empresariado adotam um estranho silêncio sobre o

problema da política de concessão de canais, ou ainda, numa reviravolta com relação às posturas anteriores, saem à campo para defender a manutenção da sistemática vigente.

Em maio daquele ano a Assembleia Nacional Constituinte convocou a ABERT para depor perante a Subcomissão de Ciência, Tecnologia e Comunicação. A ABERT enviou o seu vice-presidente, um dos altos dirigentes da Rede Brasil Sul (afiliada à Globo). Falando em nome da entidade, ele manifestou desconfiança para com a proposta de fixação de determinados percentuais para transmissão de programas de origem local e regional nas estações de televisão, que então circulava naquela comissão. Alegou que tal proposta, se aprovada, teria efeitos negativos sobre as emissoras. Ele negou que as redes de televisão asfixiassem a cultura local e regional, acrescentando que era graças àquelas que se viabilizavam os custos das grandes produções.

Mas o ponto do depoimento que chama a atenção é o que diz respeito à política de concessão de canais de radiodifusão. Indagado a respeito o representante da ABERT afirmou ser esta uma questão não-essencial (!) para a entidade, tanto é que esta não teria nenhuma

resposta pronta e acabada para a questão. Contudo, não deixou de se manifestar de forma clara sobre a inconveniência do poder concedente decidir, também, sobre a cassação de emissoras.48

Se a ABERT realmente não tinha uma opinião sobre a política de concessões de canais de rádio e televisão e, mais ainda, considerava a questão "não-essencial", é algo a se discutir. O certo é que as outras entidades de radiodifusores se manifestam sobre a questão neste momento diferentemente do período anterior. E tal manifestação assume duas formas: a primeira no sentido da luta pela manutenção da antiga política de concessões; a segunda pelo ataque à qualquer proposta de criação de outras instâncias para o gerenciamento da atividade radiotelevisiva. Particularmente a instalação de conselhos, com participação de diversos setores da sociedade, voltados para a definição das políticas que norteassem o funcionamento do setor, serão denunciados como tentativas de erradicação do rádio e da televisão privadas. Tratava-se de uma mudança notável.



Vimos que na primeira metade da década passada as entidades de radiodifusores, na denúncia do caráter autoritário da política de concessão de canais, bem como do seu uso político eleitoral pelo governo, desenvolveram várias propostas que giravam em torno da criação de algum tipo de conselho de comunicação (ou de radiodifusão, etc.) que, por um lado, democratizassem os processos decisórios à nível governamental e, por outro, os tornassem mais isentos e confiáveis. Quando e por que tais propostas foram abandonadas? Por que em seu lugar apareceu a disposição de lutar pela manutenção de mecanismos sabidamente viciados e ultrapassados? Ou ainda, quando e por que o empresariado abandona suas propostas de cunho liberalizante e reingressa no campo do conservadorismo mais renitente?

As entidades representativas do empresariado da radiodifusão não eram, evidentemente, as únicas a problematizarem a questão da política de concessão de canais de rádio e televisão. Pensadores de esquerda e associações de profissionais ligados ao ramo (jornalistas, professores, profissionais de rádio e televisão, etc.), entre outros, já vinham

saindo a campo com propostas de democratização da mídia eletrônica desde o fim do regime militar, pelo menos. Contudo, suas propostas ganham, no decorrer dos trabalhos da Assembleia Nacional Constituinte, uma ressonância inusitada. E é o temor que estas propostas despertavam entre as classes proprietárias, ao lado da receptividade que elas encontram por parte daquela assembleia, que faz com que os radiodifusores sepultem qualquer aspiração à mudança do quadro vigente, por maiores que fossem as suas queixas.

Para entender como se deu este processo cabe reconstituir duas iniciativas, que não aquelas dos empresários, mas que também visavam à mudança dos padrões de intervenção do Estado no setor e, muito especialmente, da política de concessão de canais de rádio e televisão.

Uma das mais importantes propostas para a democratização da comunicação e informação partiu da Frente Nacional de Luta por Políticas Democráticas de Comunicação, organizada oficialmente em meados de 1984 por seis entidades: Federação Nacional dos Jornalistas, Associação Brasileira de Ensino e Pesquisa de Comunicação, Associação Brasileira de Imprensa, Departamento de Comunicação Social da UFSC,

Federação das Associações de Moradores do Estado do Rio de Janeiro, Centro de Estudos de Comunicação e Cultura, e pela deputada Bete Mendes. Dentre as medidas mais importantes referentes ao rádio e à televisão propostas pela entidade vale a pena citar:

"Proibição de que uma entidade concessionária acumule mais de uma concessão de serviços de radiodifusão; outorga das concessões de serviço de rádio e de televisão pelo Congresso Nacional, ouvido o parecer de uma Comissão Federal de Radiodifusão, democraticamente constituída e representativa da sociedade civil; prioridade, assegurada legalmente, para outorga de concessões de serviço de rádio e televisão a entidades sem fins lucrativos e socialmente representativas; regionalização e municipalização da atuação (programação) das emissoras de rádio e televisão; fiscalização da atuação das emissoras de rádio e televisão, quanto à programação, por Conselhos estaduais e municipais, democraticamente constituídos e socialmente representativos." 49

Também os jornalistas, reunidos em um encontro nacional da categoria em abril de 1986 em Brasília, divulgaram um documento - que seria enviado à Constituinte - em que propunham medidas para a democratização da comunicação no país. As

mais importantes eram a criação de um Conselho Nacional de Comunicação Social, ao qual caberia decidir sobre todas as questões atinentes à comunicação, inclusive a definição dos critérios a serem observados nas concessões. Apesar de contar na sua composição com representantes de uma variedade de agentes sociais, caberia às associações de trabalhadores a indicação da maioria dos seus membros. Defendia-se também a constituição de um sistema público de comunicação social, composto de entidades de comunicação sem fins lucrativos.

Além destas, influentes membros daquela Comissão da Constituinte defenderam mudanças, tanto na política de concessão de canais, quanto na definição das normas de funcionamento para o setor. O deputado Roberto Dávila (PDT-RJ) defendia a idéia de que a concessão deveria continuar a ser prerrogativa do Presidente, mas teria de passar pelo **referendum** do Congresso Nacional. Ele se dispunha também a discutir a participação da sociedade civil no processo, através de um Conselho Nacional de Informação. Também o deputado Arthur da Távola (PMDB-RJ) defendia o **referendum** do Congresso para as concessões. O deputado Antonio Brito (PMDB-RS)

era mais enfático na busca de mecanismos que tornassem efetiva a participação da sociedade na administração e controle das comunicações, e assim por diante. Mais à direita, os deputados José Carlos Martinez (PMDB-PR) e o senador Afonso Camargo (PTB-PR) rejeitavam a criação de qualquer conselho deste tipo, mas concordavam com o **referendum** do Congresso para as novas concessões.

50

Diante destas manifestações é que se tornam inteligíveis, não só o súbito abandono do debate por parte dos empresários de rádio e televisão, como também a hostilidade às diversas propostas de democratização que vão surgindo.

Vimos como a ABERT, através de seu vice-presidente, se manifestou diante da proposta da Comissão de Comunicação de instituir um Conselho de Comunicação Social para opinar sobre as concessões e, também, sobre as propostas de regionalização e municipalização da produção televisiva. Em fins de 1986 foi a vez da AESP manifestar sua desconfiança para com a criação de um tal conselho. A entidade advertia seus afiliados para que estivessem atentos à estas discussões, uma vez que se pretendia que este conselho privilegiasse nas concorrências para

canal de rádio e televisão "... as entidades educativas, comunitárias, sindicais, culturais e outras sem fins lucrativos..." 51

Mas os piores temores da AESP haviam se concretizado em abril de 1986, quando ela toma conhecimento do teor do documento aprovado na plenária final do Encontro de Jornalistas realizado em Brasília. A proposta é assim comentada na matéria do Jornal da AESP intitulada "Jornalistas querem acabar com a radiodifusão privada":

"... o documento final do encontro de jornalistas em Brasília aprova sugestão à constituinte para que todos os órgãos de comunicação do país sejam transformados em fundações ou entidades sem fins lucrativos. Foi proposta também a criação de um Conselho de Comunicação Social, independente, para traçar a política do setor e, inclusive, rever as concessões outorgadas." 52

A partir daí a entidade irá coordenar uma campanha de repúdio à proposta dos jornalistas que, através do seu periódico, irá alcançar dimensão nacional. A partir de junho de 1986 sucedem-se toda sorte de editoriais, notícias, matérias e comentários condenando a proposta "estatizante" surgida no encontro de jornalistas.

Naquele mesmo mês o editorial assinado pelo Presidente da AESP ("Fim da radiodifusão privada à disfarce para estatização") apontava a necessidade de "... se estabelecer uma ação que pudesse garantir na Constituinte a manutenção da radiodifusão nas mãos da iniciativa privada - única e verdadeira forma de imprensa livre". 53

Imediatamente foi dada máxima publicidade à manifestações de repúdio à proposta dos jornalistas produzidas pela ACAERT (SC), AERP (PR), Associação das Empresas de Rádio e Televisão do Distrito Federal (DF), AMART (MA), ASSERT (SE), AGDERT (GO) e até da AGERT (RS), além de radiodifusores do Amapá. 54

Em fins de 1987 a AESP intensifica a crítica às "... fórmulas milagrosas para a "democratização" da mídia eletrônica que, no fundo, nada mais eram do que uma tentativa de controlar o setor e até mesmo estatizá-lo". 55

Os apelos da AESP encontraram eco também em Minas Gerais. Em 1988 a AMIRT dava conta aos seus associados das gestões desenvolvidas pela entidade naquele ano. Dentre estas, destacam-se os contatos com deputados e senadores, visando a manutenção dos critérios de concessão de canais de rádio e televisão.

Finalmente em 1988 é promulgada a atual constituição que, no que diz respeito à comunicação, consagrou o **referendum** do Congresso para as novas concessões a serem decididas pelo Presidente da República. A cassação das concessões ficou dependendo de decisão judicial, saindo portanto, da esfera do executivo. Decidiu-se ainda que o Congresso instituiria um Conselho de Comunicação Social, a ser definido posteriormente, como um órgão auxiliar. Entretanto, a grande inovação deste capítulo IV, dedicado à comunicação, diz respeito aos conteúdos dos programas de rádio e TV, que devem dar preferência às finalidades educativas, culturais e informativas, respeitar os valores éticos e sociais da pessoa e da família e promover a regionalização da sua produção. Até fins de 1990 nem as leis relativas ao conselho, nem a irradiação daqueles conteúdos haviam sido regulamentados por lei complementar, continuando em desuso.



#### 6.4 POSICIONAMENTOS E REIVINDICAÇÕES DE DETERMINADOS SETORES DO EMPRESARIADO DA RÁDIO-DIFUSÃO

Até agora discorri sobre questões que diziam respeito ao conjunto do empresariado da radiodifusão. Os temas até aqui examinados interessavam aos empresários de todas as regiões do país, independentemente do seu ramo específico de atividade (rádio ou televisão), tamanho (pequenos ou grandes empresários) e região de origem (Norte, Sul ou Nordeste, etc. do país). Cabe agora comentar outras campanhas e tomadas de posição igualmente importantes, mas que aparecem circunscritas aos limites de setores determinados daquele empresariado, seja à nível de ramo específico de atividade, seja à nível geográfico.

#### 6.4-1. A LUTA PELO FIM DOS LIMITES A IRRADIAÇÃO DE COMERCIAIS DA AERP

A reivindicação do fim do limite legalmente imposto à irradiação de comerciais ocupou, no elenco de preocupações dos radiodifusores, um espaço consideravelmente menor do que qualquer dos temas anteriores, além de assumir contornos bem menos dramáticos. Contudo, considero o exame de mais esta campanha de grande importância, uma vez que, também aqui, se revelam as concepções do empresariado a respeito de qual deveria ser o papel do Estado no mercado da radiodifusão.

Em junho de 1982, ao fim de mais um Congresso Estadual de Radiodifusão realizado pela AERP, os radiodifusores reivindicaram a extinção, pura e simples, da fixação dos limites à publicidade:

"Deixe-se que cada empresário fixe seu próprio limite e deixe-se ao mercado consumidor constituído pelos ouvintes e anunciantes, agirem como fiscais naturais dos serviços que as empresas de radiodifusão prestam... Por que a radiodifusão deve permanecer integralmente tutelada? Por que nossas empresas não podem ter a mesma liberdade de trabalho desfrutada por empresas que exploram outros tipos de atividade?" 56

Em agosto foi realizado, por iniciativa da ABERT, mais um Congresso Nacional de Radiodifusão. Nele a AERP voltou a se pronunciar em favor da extinção do limite de 25% do espaço para a propaganda comercial na programação das emissoras - que, aliás, vigora até hoje. A entidade também teceu elogios, naquela mesma ocasião, à "... boa e acertada decisão que o MiniCom tomou no sentido de revogar o dispositivo legal inserido no Item IV da portaria número 55/74 que limitava ao máximo de 3 minutos consecutivos o espaço destinado à propaganda comercial".<sup>57</sup> Desta vez a repulsa à intervenção estatal foi feita em termos ainda mais contundentes:

"Se vivemos hoje no país uma campanha pela valorização da livre iniciativa, base do sistema capitalista que todos desejamos, com a competência empresarial, a capacidade individual... vamos fatalmente obter um aprimoramento dos serviços... dentro deste raciocínio lógico, por que o setor da radiodifusão deve permanecer integralmente tutelado? Por que nossas modestas e às vezes sofridas empresas de radiodifusão não podem ter a mesma liberdade de trabalho no aspecto econômico desfrutado por empresas que explorem outros ramos de atividade? ... salutar seria deixar que cada empresário de radiodifusão fixasse seu próprio limite de publicidade e deixar-se ao mercado consumidor de anunciantes e ouvintes agirem como fiscais permanentes dos serviços que a radiodifusão presta..."58

Essa postura tão identificada com o liberalismo econômico é rara de se encontrar nos discursos das entidades regionais do empresariado da radiodifusão, tendo sido exposta somente pela AERP e, apenas neste momento e em torno deste assunto específico. Apesar de não encontrar, entre as outras entidades representativas do empresariado, um posicionamento tão nítido em torno do tema em questão, podemos imaginar que o fim da limitação do tempo dedicado à publicidade fosse uma medida

simpática à todos radiodifusores. Tanto é que não consegui encontrar nenhuma manifestação de repúdio à iniciativa da AERP entre as outras entidades. O que continua em aberto, porém, é o grau de importância que cada uma delas atribuiu à questão. Parece que somente a AERP a tinha como essencial.

#### 6.4-2. A LUTA PELA DESTINAÇÃO DE UMA FATIA MAIOR DO ESPECTRO DE FREQUENCIAS PARA A INTERIORIZAÇÃO DA TELEVISÃO

Foi durante a gestão do Ministro Antonio Carlos Magalhães que foram tomadas as primeiras medidas no sentido de se implantar no país a telefonia móvel, isto é, aquela que se constituiu de aparelhos de telefone instalados em automóveis e caminhões.

A implantação da telefonia móvel vai criar, quase que imediatamente, um conflito entre o Ministério e a ABERT. O Ministro desejava ver implantada, ainda durante a sua gestão, a telefonia móvel em todo o país. O problema é que

a viabilização da telefonia móvel em veículos automotores se faz através de canais de transmissão em UHF (Ultra High Frequency) que é, justamente, a faixa de onda em que operam as estações repetidoras e retransmissoras de televisão. Desde o início (1986), a ABERT vai firmar posição contra a utilização dos canais ainda disponíveis naquela faixa de onda pela telefonia móvel, em detrimento da interiorização do sinal televisivo.59

Em 1987 a ABERT voltava a investir contra a idéia, insistindo que a interiorização da televisão não podia ser prejudicada com a cessão de canais de UHF para o serviço de telefonia móvel. Na ocasião se divulgava informação prestada pelo Secretário Geral do MiniCom, que afirmava ter em mãos mais de uma centena de pedidos de licenciamento de estações de retransmissão, e isto apenas para o Estado de São Paulo. Na mesma oportunidade o secretário admitia que com a telefonia móvel a escassez de canais se agravaria.60

Na defesa da destinação da faixa de UHF para a exclusiva interiorização do sinal de TV a ABERT lançou mão, inclusive, de argumentos de cunho "popular": a interiorização da TV estaria beneficiando toda a população, ao passo que apenas uma pequena elite poderia usufruir da telefonia móvel. Logo, aquela deveria ter precedência sobre esta. A ABERT não conseguiu valer suas pretensões e, em 1990 os principais órgãos de comunicação do país anunciavam a chegada da telefonia móvel.<sup>61</sup>

#### 6.4.3 A DISCUSSÃO EM TORNO DO PREÇO DO ALUGUEL DOS CANAIS DE SATELITE PARA TV

Uma outra polêmica importante entre o antigo Ministério das Comunicações e os empresários de televisão, diz respeito ao preço que estava sendo cobrado pela utilização dos canais dos satélites brasileiros, que vão sendo lançados durante a gestão de Antonio Carlos Magalhães, dispensando a utilização que até então se fazia do satélite internacional administrado pela INTELSAT.

Em fevereiro de 1985 o Jornal da AESP trazia matéria sobre o BRASILSAT, finalmente tornado operacional. Em entrevista com o Presidente da EMBRATEL, Helvécio Gilson, foi revelado que em função dos altos custos cobrados por aquela empresa, o satélite apresentava grande capacidade ociosa. Em resposta à reivindicação dos empresários de TV, no sentido de uma redução nas tarifas do satélite, o entrevistado respondeu que o aluguel cobrado guardava relação com os preços vigentes no mercado internacional, e não com os custos de todo o sistema BRASILSAT (isto é, incluindo-se aí o lançamento). Assim, apesar de elevadas, as tarifas do BRASILSAT seriam irreais, ou sejam, subsidiadas.62

Em abril de 1986 a ABERT se pronuncia pela primeira vez sobre o satélite, trazendo a público as queixas dos grandes empresários do ramo. O principal aspecto abordado é o preço que cobra a EMBRATEL das empresas de televisão que se utilizam dos canais dos satélites para retransmitir sua programação para as afiliadas. Para as grandes redes de televisão este preço é muito elevado. Já para os engenheiros da EMBRATEL, os preços cobrados são normais, apenas cobrindo os custos de manutenção e operação do



sistema. 63

Em setembro de 1987 a AESP volta a trazer os reclamos dos empresários de TV sobre as tarifas do BRASILSAT, formulados no decorrer do 2º Seminário Internacional de Telecomunicações Via Satélite, promovido pela Revista Nacional de Telemática, de 6 a 8 de outubro daquele ano. O destaque é a fala do Presidente da Rede Bandeirantes, João Carlos Saad:

"As tarifas estão caras, em níveis muito acima dos cobrados pelo sistema INTELSAT, o que afugenta o usuário e impede a expansão dos serviços. As redes de TV brasileiras pagam mais do que o dobro do que pagam a CBS, NBC e ABC americanas, as quais tem custos e mercados bem diferentes. Se tivesse tarifa real, mais gente usaria o sistema e a EMBRATEL faturaria mais." 64

Ainda durante esse encontro se nota a divulgação de uma tese que irá reaparecer com frequência, daí em diante: a privatização dos satélites BRASILSAT I e II. Contudo, em momento algum essa proposta de privatização é desenvolvida ou explicitamente assumida por alguma entidade de radiodifusão.

#### 6.4.4 AS PRESSÕES DO RÁDIO PELO ACESSO AO SATELITE

Se o problema da televisão, no que diz respeito ao satélite, resumia-se às tarifas cobradas, para o rádio a questão era bem mais complicada. Durante toda segunda metade da década passada os proprietários de grandes cadeias de rádio vão pressionar o MiniCom, através da AESP e da ABERT, para também terem o direito de alugar os canais do satélite.

Já em 1986 a ABERT deu publicidade à reivindicação dos empresários de rádio no sentido de que lhes fosse permitido alugar os canais do BRASILSAT. Mas os maiores esforços neste sentido parecem ter sido efetuados pela AESP. Em 1988 o seu presidente trazia a público os intensos esforços que a entidade vinha fazendo para viabilizar o acesso do rádio aos satélites. Na mesma ocasião ele criticou as tarifas elevadas cobradas pelo sistema BRASILSAT e a ociosidade da maior parte dos canais daqueles satélites. Tal ociosidade era qualificada como "absurda", na medida em que se negava ao rádio o acesso ao seu uso. Pelo menos até o momento (1990) não se

concretizou a utilização dos satélites pelas cadeias de rádio.65

#### 6.4.5 A CAMPANHA DO RADIO PELA DESTINAÇÃO DE MAIS VERBAS PUBLICITARIAS PUBLICAS

Se a reivindicação do uso dos canais dos satélites não empolgou os proprietários de estação de rádio, restringindo-se à algumas poucas manifestações da AESP e da ABERT, o oposto ocorreu com a luta pela destinação de mais verbas públicas. Tal reivindicação é uma constante em todas as manifestações das entidades regionais de radiodifusão, só perdendo em intensidade e frequência para a questão da "proliferação desmedida" de emissoras.

Tal campanha apresenta duas características principais: a primeira é reivindicação pura e simples no sentido de que os poderes públicos destinem mais verbas publicitárias para o rádio; a segunda é a crítica ao favorecimento da televisão no que diz respeito

à repartição daquelas verbas, em detrimento das estações de rádio. Esta segunda característica comportava ainda duas dimensões. Por um lado se comparava a penetração e importância do rádio e da TV, concluindo-se pelo "absurdo" da destinação de tão poucas verbas à um veículo tão importante - segundo se dizia - como o rádio. Por outro procurava-se nivelar o rádio à TV, insistindo para que ele fosse incluído em todas as campanhas publicitárias públicas nos quais participasse a televisão.

Em 1983 a AESP já reivindicava a destinação de mais verbas publicitárias públicas para as estações de rádio, e isto se fazia de duas maneiras. Por um lado se clamava pela veiculação de uma quantidade maior de anúncios do governo federal naquelas estações. Por outro, pedia-se o veto à lei que restringia os gastos com publicidade das empresas estatais do Estado de São Paulo ao limite de 10% do lucro líquido anual.

A partir de 1984 é a vez da AERP começar a se movimentar no mesmo sentido, encaminhando duas iniciativas. A primeira dizia respeito à pressão sobre o governo estadual para que este aumentasse o volume de verbas destinadas à publicidade nas

emissoras de rádio. A segunda visava a conquista da transformação de um determinado percentual das contas de energia elétrica em patrocínio publicitário da COPEL.

Naquele mesmo ano a AESP dá a estas reivindicações uma outra dimensão, ao condenar "... a distribuição discriminada de verbas publicitárias oficiais, que aquinhoam uns poucos privilegiados que se colocam a serviço dos que detêm o poder." 66

Em 1985 a AESP sai a campo para protestar contra a exclusão do rádio na veiculação da publicidade do BRASILSAT, feita exclusivamente na TV. A entidade voltaria a proceder assim quando da campanha do BNH, onde novamente só a televisão participava de início:

"Depois do protesto da AESP o rádio entrou na campanha do BNH. A AESP protestou contra a exclusão do rádio da campanha de esclarecimento do Banco Nacional de Habitação, no que foi seguida pela AMIRT. Como resultado, esta mídia foi incluída na 2ª etapa da campanha. Foi mais uma vitória do rádio." 67

De fato, ao lado da AESP, talvez tenha sido a AMIRT a entidade mais atuante na luta pela obtenção de verbas publicitárias públicas para o rádio. Um dos objetivos da entidade parece ter sido a igual destinação de verbas de publicidade para todas as emissoras do Estado: esta política, posta em prática pelo Governador paranaense Alvaro Dias (1986-1990) foi muito elogiada pela AMIRT.

Também a AMIRT protestava contra o "injusto" favorecimento da televisão nas campanhas publicitárias do governo. Numa coluna do "AMIRT Notícias" se manifesta toda a indignação da categoria com um recente contrato entre a Rede Manchete de Televisão e o Banco do Brasil, numa transação da ordem de oito milhões de dólares:

"Por quê este privilégio para uma rede de televisão, quando se sabe que a grande clientela do Banco do Brasil situa-se no interior, na área rural, exatamente onde nós, emissoras de rádio, mais atuamos?"<sup>68</sup>

Em 1988 a entidade voltaria a se queixar amargamente da pouca participação das emissoras das emissoras de rádio, especificamente aquelas do interior, no bolo publicitário do governo federal que "... dá preferência às emissoras dos grandes centros."69

O tema da desigualdade na distribuição das verbas publicitárias públicas parece ter sido uma preocupação exclusiva das entidades regionais de radiodifusores. Somente uma vez a ABERT se manifestou sobre o assunto, e de um viés muito pouco parecido com o padrão que examinamos. Foi por ocasião do protesto contra a atitude do governador do Paraná, José Richa (PMDB) no sentido de discriminar determinadas emissoras na distribuição de verbas de publicidade oficial. Tratavam-se, neste caso, de represálias feitas pelo governador ao grupo de emissoras do ex-governador Paulo Pimentel, que havia se tornado seu inimigo. Não se nota na ABERT nenhuma preocupação com a disparidade no volume daquelas verbas que são destinadas ao rádio e à TV.

## 6.5 AS CARACTERÍSTICAS ESPECÍFICAS DOS DIFERENTES SETORES QUE COMPOE O EMPRESARIADO DA RÁDIO-DIFUSÃO

Uma vez expostas as principais reivindicações, tanto as comuns quanto as específicas de determinados setores do empresariado da radiodifusão, bem como comentados vários de seus diferentes posicionamentos, cabe agora desenvolver melhor um ponto sobre o qual venho insistindo: o que diz respeito à heteronomia deste grupo social.

Não cabe aqui uma detalhada e exaustiva descrição de todas as diferenças existentes no interior do conjunto daquele empresariado. Mas duas dimensões deste elenco de diferenças devem ser objeto de atenção especial, pelas consequências que eles têm para a atuação política e a agregação de interesses dos radiodifusores. O primeiro diz respeito às diferenças verificadas na atuação das suas entidades representativas; e o segundo às diferentes características que assumem o mercado do rádio, por um lado, e o mercado da televisão, por outro. Tais são os pontos tratados a seguir.



### 6.5.1 AS DIFERENÇAS ENTRE AS ENTIDADES

Foi principalmente através das suas entidades representativas que o empresariado da radiodifusão se organizou, ao longo de toda a década passada, para fazer valer seus pontos de vista e efetivar suas reivindicações. Demonstrei que alguns destes pontos de vista e algumas destas reivindicações eram compartilhados por todas aquelas entidades, ao passo que outros tantos constituíam-se em especificidades de certas associações. Cabe agora desenvolver melhor este ponto.

O Brasil conta com dezenas de entidades representativas do empresariado da radiodifusão, organizadas à nível estadual, e uma única entidade de alcance nacional. Apesar de todas elas se intitularem associações de rádio e televisão, o que se percebe na leitura dos periódicos por elas publicados é que as entidades regionais se ocupam, no mais da vezes **exclusivamente**, dos problemas relacionados às estações de rádio, ao passo que a entidade nacional se dedica **apenas** à defesa dos interesses

das estações de televisão.

Tal fato se manifesta de diversas maneiras. Por exemplo, na questão do uso dos canais de UHF pela telefonia móvel, somente a ABERT saiu a campo para defender a exclusividade da destinação destes para as estações de repetição e retransmissão de TV. Neste esforço ela esteve virtualmente sozinha, não conseguindo arrastar atrás de si nenhuma das entidades estaduais para engrossar a campanha. Já a luta pela destinação de mais verbas publicitárias públicas para o rádio foi uma iniciativa de diversas entidades estaduais, da qual a ABERT simplesmente não tomou conhecimento.

Também nas questões relacionadas com os satélites brasileiros se observa algo semelhante. Todos os debates são conduzidos pela AESP e pela ABERT. Contudo, para a primeira a questão central é o acesso das cadeias de rádio ao BRASILSAT, ao passo que a ABERT privilegia a questão dos custos do aluguel deste equipamento para as redes de televisão. Quando a AESP discute o problema dos custos, é para sublinhar o fato de que é graças à ele que existem tantos canais no satélite ociosos obtendo, conseqüentemente, mais um argumento para reivindicar o acesso do rádio àquele equipamento.

Um outro corte pode ser estabelecido: nenhuma outra entidade regional (isto é, de empresários do rádio) se preocupa com a questão, somente a AESP. Seria devido ao fato das maiores cadeias de rádio do país (Bandeirantes, Transamérica, etc.) se localizarem naquele Estado da federação?

Já a questão do fim do limite legalmente imposto à irradiação de comerciais é uma bandeira específica da AERP que, se não é criticada, também não consegue empolgar nenhuma das outras entidades.

Também a luta pela concessão de subsídios apresenta um viés. Cada associação estadual luta sozinha para obter o firmamento dos chamados "convênios" de permuta eletricidade X patrocínio publicitário. Se as campanhas para obtenção deste subsídio ganham características comuns à nível nacional, tal fato se deve não à postura da ABERT (que uma vez mais se mantém à distância destes esforços) mas à AESP, que fornece à todo o Brasil um modelo daquele convênio.

Também não se pode deixar de notar que, mesmo temas comuns como a "proliferação desmedida de emissoras" ou a entrada de "elementos estranhos" na atividade radiotelevisiva, vão ter consequências distintas para o rádio e a televisão. Apesar destes temas serem encarados pela ABERT da mesma forma que o fazem as associações estaduais, não pode passar despercebida uma certa diferença importante: sempre que se fala de tal "proliferação" e daqueles "elementos" está se fazendo referência às estações de rádio. Não se conhece nenhum exemplo de "saturação" do mercado televisivo, ou ainda, de pessoas que tenham montado estações de televisão com outra prioridade que não a obtenção de lucros financeiros. O que queremos enfatizar é que, embora todas as associações de radiodifusores percebam o problema da mesma maneira, ele tem consequência distintas para a lucratividade do rádio e da televisão. Isto se dá em função das características específicas do mercado no qual cada um atua, como demonstro no próximo item.

Reforçando a idéia aqui desenvolvida, de que as entidades regionais se dedicam à defesa dos interesses dos proprietários de estações de rádio, ao passo que a ABERT se dedica aos de televisão, reconstituímos dois episódios significativos, envolvendo a AESP e a ABERT.

O primeiro é uma entrevista do Presidente da AESP, na qual perguntado se pleiteava a presidência da ABERT respondeu:

"Sou um homem de rádio e existe um grande viés neste negócio de associação no Brasil, o rádio estando atrelado à TV. Um não tem nada a ver com o outro. Deveríamos ter duas associações distintas. Se existisse a Associação Brasileira de Rádio, talvez tivéssemos força para impedir o que a classe política vem fazendo com a gente. Eu não me sinto em condições de ser presidente da Associação Brasileira de Emissoras de TV. O rádio dá muita sustentação à ABERT... quando ela fala, fala em nome de 2.300 veículos, sendo que o rádio representa 2.100." 70

Mas não é só o fato do Presidente da AESP qualificar a ABERT de "Associação Brasileira de Emissoras de TV" que vem em reforço à noção aqui desenvolvida. Em outubro de 1968 a AESP, já com novo presidente, divulgava um editorial

entitulado "O rádio quer tratamento, pela ABERT, igual ao da TV". O texto comenta com amargura a diferença de posturas da ABERT, com relação a dois programas de transmissão obrigatória e gratuita: o noticiário televisivo "BR-TV" e o programa radiofônico "Conversa ao Pê do Rádio". No primeiro caso, comenta o editorial, a intervenção da ABERT foi pronta e decisiva, levando à retirada do programa do ar. No segundo não se notou um empenho semelhante, permanecendo as estações de rádio obrigadas a suportar o ônus da sua transmissão. O Presidente da AESP pleiteava a igualdade de tratamento dos dois veículos pela ABERT, fazendo questão de lembrar que as estações de rádio são muito mais numerosas do que as de TV, o que já seria um motivo mais do que suficiente para ambos terem um espaço equivalente no interior daquela associação.

Outras distinções podem ser apontadas entre as associações de radiodifusores, percebendo-se em cada Estado diferentes posturas e prioridades, bem como graus de organização e modalidades de agregação de interesse. Quanto mais antiga, melhor organizada a entidade, mais experientes e influentes os seus dirigentes, melhores condições ela terá de implementar os

interesses dos seus associados. Também o grau de adesão é uma outra variável importante a ser levada em consideração. Mas não poderia desenvolver estes aspectos aqui. Cabe apenas levantar a hipótese da existência de algum tipo de correlação entre os elementos levantados neste parágrafo e o desempenho político (por exemplo, na obtenção dos subsídios, ou na efetivação de diferentes propostas para o problema das concessões) de cada uma das entidades representativas do empresariado.

#### 6.5-2. AS CARACTERÍSTICAS MERCADOLÓGICAS ESPECÍFICAS DO RÁDIO E DA TV.

Estaria o presidente da AESP exagerando quando disse que "o rádio e a televisão não tem nada a ver um com o outro"? É possível, uma vez que a atividade destes dois veículos tem tanto a ver em comum, sujeitando-se, inclusive, a uma mesma legislação. Não obstante, é necessário se levar em consideração que o mercado de rádio, por um lado, e o de televisão, por outro, tem características profundamente diferentes e, no

mais das vezes, dimetralmente opostas, como exponho a seguir.

O Brasil dispunha até o ano passado (1989) de 2.728 estações de rádio, entre onda média, tropical, curta e frequência modulada. Destas 67 tinham finalidade educativa, o que nos deixa com 2.661 estações de rádio comerciais. Também contávamos com 236 estações de televisão, das quais 20 eram educativas, no que resultava na existência de 216 estações comerciais de televisão. Existiam, portanto, mais de uma dúzia de estações de rádio para cada estação de TV. 71

O exame destes números já são suficientes para nos fazer intuir que as estações de rádio convivem num meio ambiente estrutural que pode ser definido como uma "indústria fragmentada", isto é, aquele em que "... nenhuma companhia possui uma parcela de mercado significativa nem pode influenciar fortemente o resultado da indústria". 72 Da mesma forma, mas de maneira inversa, a televisão é um ramo de atividade extremamente concentrado, no qual umas poucas empresas dividem entre si todo o mercado, numa situação que pode ser definida como um oligopólio. O fato de todas as estações de televisão se filiarem à alguma das 4 ou 5 redes



nacionais de TV - que dividem a totalidade da audiência - apenas reforça esta caracterização.

Tais afirmações encontram ampla sustentação no exame das características específicas de cada um destes ramos de atividade, como por exemplo, nas barreiras de entrada; na existência - ou não - da necessidade de economias de escala ou de experiência; de capital inicial necessário, etc. apenas para ficarmos nos aspectos essencialmente mercadológicos. Também razões de ordem técnica explicam as características assumidas por cada um dos setores.

Tratando das barreiras de entrada, isto é, o conjunto de dificuldades e problemas que novas empresas tem de enfrentar para ingressar em determinado ramo de negócio, verifica-se que há diferenças substanciais entre rádio e TV. É muito mais fácil que um grande número de empresários se decidam a ingressar no ramo das estações de rádio - e não nas de TV - por que estas necessitam de pouco capital inicial. Em 1984, no auge da explosão do número de FMs, calculava-se que os custos para instalação de uma estação do gênero estariam em torno de 170 milhões de cruzeiros, isto é, "... o preço de um apartamento de quatro

quartos nas maiores cidades brasileiras... "73 ao passo que uma estação de televisão exigia investimentos da ordem de vários milhões de dólares.

Outra razão diz respeito à economia de escala. Um empreendimento do porte de uma televisão só se viabiliza se puder contar com um alcance considerável, atendendo a um grande mercado publicitário. Tanto é que somente as médias e grandes cidades é que podem sustentar uma emissora de TV. Já a estação de FM é uma atividade que se, sendo um veículo mais barato, se mantém atendendo pequenos mercados, voltando-se para um público localizado.

Também a experiência que é necessária para fazer funcionar um estação de rádio - novamente a FM é o exemplo - difere profundamente de uma de TV. Naquela, por seu caráter de "novidade" ou pela necessidade de se atender a um mercado específico - geralmente o público jovem - predominam a experimentação e a informalidade. Ao contrário a televisão, por já ter-se estabelecido um determinado patamar mínimo de qualidade e um certo padrão estético à nível nacional, bem como pela necessidade de se atingir um público amplo e indiferenciado, exige pessoal com larga

experiência e profundo conhecimento do ramo, não se permitindo o embarque em nenhuma "aventura".

Também com relação aos custos de mudança e no acesso aos canais de fornecimento as barreiras de entrada do rádio e da televisão diferem. Por custos de mudança refiro-me ao maior ou menor grau de facilidade que o consumidor - no caso, o anunciante - tem de mudar de um veículo publicitário para outro. No caso da rádios, o que se verifica é que existem poucas diferenças entre os níveis de penetração da emissora líder de audiência e as suas concorrentes, facilitando a eventual mudança do anunciante de uma estação para outra. Já na televisão são registradas diferenças bem mais dramáticas, a emissora líder - no caso, filiada à Globo - se distanciando de maneira abrupta das demais. Tomemos por exemplo o caso das cinco rádios campeãs de audiência no Rio de Janeiro em meados da década passada. A rádio líder de audiência capturava a atenção de 24,4% dos ouvintes; a segunda mais ouvida ficava com 18,7% ; a terceira com 11,2% ; e, a quarta com 6,5%.<sup>74</sup> É muito mais fácil ingressar e se manter num mercado onde nenhuma emissora consegue influenciar sozinha o funcionamento da atividade do que noutro, dominado por uma estação que detém

índices mágicos de audiência, impondo pesados custos à mudança de seus clientes para outras empresas.

Também a questão dos "fornecedores" joga um papel importante. No Brasil a maioria das emissoras de rádio produz sua própria programação, sendo reduzido o número de estações afiliadas à alguma rede. Com a televisão acontece o oposto. Praticamente inexitem emissoras de televisão independentes. De fato, em 1987 elas eram apenas duas. Assim, o ingresso no mercado televisivo só é atraente se o interessado conseguir previamente se afiliar à alguma rede de televisão - de preferência a líder de audiência ou alguma das suas distantes concorrentes. Já o contrário ocorre com as estações de rádio, onde o próprio empresário pode se encarregar de produzir a sua programação, sem perder competitividade.

Finalmente razões técnicas contribuem para que a atividade radiofônica permaneça fragmentada, e a televisiva oligopolizada. Numa mesma cidade não cabem mais do que sete emissoras de TV operando na faixa de VHF, ao passo que dezenas de rádios de todas as faixas de onda podem operar simultaneamente numa mesma localidade, sem que hajam interferência mútuas.

As consequências destas diferenças se manifestam nos números de emissoras para cada ramo de atividade que citamos acima. Mas, mais reveladora ainda é a velocidade com que vem aumentando a fragmentação do rádio, enquanto permanece a oligopolização na TV. Uma vez mais são as rádio FM que uso como exemplo, por se constituírem num caso extremo. Em 1979 eram apenas 15, passando para 469 em 1984 e 1.141 em 1989. Este ano (1990) outras 505 emissoras de FM devem ser instaladas no país.75

Todos estes fatores acabam produzindo diferenças significativas no interior do conjunto do empresariado da radiodifusão. A organização do mercado, o relacionamento com a classe trabalhadora e, principalmente, o padrão de acumulação, entre outros, são questões vividas de maneira completamente diferente pelo rádio e pela TV.

Uma das principais tarefas da classe capitalista em qualquer lugar do mundo é a de reunir os empresários do ramo numa ação conjunta, destinada a estabelecer uma estratégia cooperativa para a fixação de preços e repartição do mercado evitando-se, conseqüentemente, uma situação de acirrada competição - ou "guerra de

preços". A isto a ciência da administração de empresas chama de "organização do mercado". Se tal tarefa não requer muito esforço no ramo da televisão, no caso do rádio ela assume dimensões titânicas.<sup>76</sup>

Ao longo de toda década de 1970 e 1980 encontramos referências, principalmente entre a AESP e a AERP, á frequentes "acordos de cavalheiros" entre os radiodifusores, principalmente no interior, voltados para a fixação de "tabelas de preços" e "preços mínimos" para inserção de comerciais. Podemos facilmente imaginar as dificuldades enfrentadas pelos proprietários de estações de rádio para a manutenção deste tipo de acordo numa conjuntura em que a) cresceu tanto o número de estações de rádio; b) o percentual do montante de verbas destinada á publicidade para as rádios permaneceu relativamente inalterado; c) a introdução de uma novidade como as FMs; e, d) entrada no ramo de elementos descomprometidos do propósito da obtenção de lucro financeiro e voltados primordialmente para a disputa do poder político; todos estes fatores contribuíram para a "desorganização" do mercado. Se levarmos em consideração que este tipo de empreendimento (FM)

ficava apenas com 1% do total das verbas publicitárias (dados de 1984), podemos imaginar o grau das dificuldades enfrentadas pelos empresários de rádio do Brasil contemporâneo.

Também no que diz respeito à mão de obra as rádios enfrentaram dificuldades desconhecidas para as TVs. Pode-se encontrar seguidas queixas da AMIRT relacionadas com a escassez de mão de obra para trabalhar nas rádios, principalmente do interior. A AERP e a AESP também se manifestaram sobre o problema, revelando as dificuldades enfrentadas no relacionamento com a classe trabalhadora. Os empresários de rádio do Paraná chegaram a idealizar um "arquivo de maus profissionais" para permitir às estações manterem afastados da atividade os elementos que não fossem dignos de confiança. Já a AESP divulgou os "acordos de cavalheiros" feitos no interior do Estado de São Paulo que ressuscitaram práticas paternalistas que, desde a fundação da TV Excelsior no início da década de 1960, se imaginavam definitivamente abandonadas: o mútuo compromisso da não-contratação, por parte das emissoras, de qualquer empregado que tivesse sido demitido por outra estação de rádio. Tudo isso, no meu modo de entender, demonstra que a maioria

das estações de rádio não atraíam bons profissionais - isto é, não conseguiam pagar bons salários e/ou não ofereciam boas condições de trabalho - obrigando-se, conseqüentemente, a recorrer aos expedientes expostos. Não se encontra nenhuma manifestação semelhante por parte dos empresários de televisão.

Finalmente cabe lembrar a gritante discrepância existente no que diz respeito ao padrão de acumulação. Pouco mais de duas centenas de estações de TV dividem, não importa em que proporção, mais da metade das verbas destinadas à publicidade em todo o país, enquanto que quase três milhões de estações de rádio disputam menos de 8% daquela verba... Nestas circunstâncias dificilmente poderíamos deixar de dar razão àquele Presidente da AESP.



## 6.6 CONCLUSÃO

Do exposto se conclui que a postura de se nivelar o conjunto dos proprietários capitalistas privados do setor da radiodifusão sob uma única rubrica é um procedimento de reduzido valor interpretativo. Verificam-se profundas diferenças no interior desta categoria, e estas devem ser levadas em conta em se tratando de entender o papel por ela desempenhado.

A mais importante destas diferenças é, de longe, a que separa os empresários de rádio dos de TV. Outra diferença importante diz respeito à forma como cada entidade representativa do empresariado encara a sua relação com o papel desempenhado pelo Estado enquanto regulador do seu ramo de atividade. Embora se verifique um fundo comum no posicionamento de todas as entidades, subsistem especificidades que não podem ser ignoradas, sob pena de comprometer nossa compreensão do papel desempenhado pelo empresariado do setor na constituição do nosso modelo radiotelevisivo.

Independentemente destas considerações, podemos concluir que a postura do empresário diante da intervenção do Estado, seja ele de rádio, seja de televisão, comporta várias dimensões, uma vez que se está buscando simultaneamente sua negação e o seu aperfeiçoamento. A negação diz respeito aos aspectos daquela intervenção considerados condenáveis (transmissão obrigatória de horários gratuitos, proibição da propaganda política paga, talvez a limitação legal do tempo dedicado à publicidade, etc.); e, o aperfeiçoamento, às imaginosas soluções para conter a "proliferação indiscriminada" de emissoras que, segundo o empresariado, caberia ao Estado conter. Dentre estas, talvez a mais espatafúrdia seja a exigência de "estudo de viabilidade econômica" que o empresariado fez o DENTEL adotar, em se tratando da abertura de novos editais de concorrência. Neste mesmo sentido é que deve ser entendida a elogiada (pelos empresários do rádio) proibição legal das estações repetidoras/retransmissoras de televisão competirem com as estações de rádio pelas verbas publicitárias públicas. Tudo isso, ao lado da busca de subsídios nas tarifas de luz, telefone e uso de canais de satélite, é que permite

concluir que o empresário da radiodifusão não adota uma postura inequívoca a respeito da intervenção do Estado no seu ramo de atividade, posicionando-se de forma clara apenas em função de questões muito específicas.

#### Notas do capítulo sexto

1. Ver a esse respeito, entre outros, o Jornal "Folha de São Paulo" de 14 de março de 1985, matéria de capa, e a Revista "Veja" de 27 de junho de 1984.
2. HERZ, D. "A história secreta da Rede Globo". Porto Alegre, Tchê, 1987. p. 51
3. MAGALHAES, A.C. "Política de Telecomunicações". Brasília, Gabinete do Ministro, 1985.
4. "AMIRT Notícias", Número especial, sem data ou local de publicação.
5. SAMPAIO, M.F. "História do rádio e da televisão no Brasil e no mundo": memórias de um pioneiro. Rio de Janeiro, Achiamê, 1984. p. 160
6. "AERP Informa nº 56" de agosto de 1985, p. 8.
7. SAMPAIO, op. cit. p. 162
8. "Jornal da AESP nº 57" de dezembro/janeiro de 1988, p. 12
9. "Revista da ABERT nº 31" de abril de 1988, p. 24.
10. "AERP Informa nº 38" de maio/junho de 1981, p. 3
11. "Jornal da AESP nº 4" de outubro/novembro de 1981, p. 13
12. "Jornal da AESP nº 18" de junho de 1983, p. 26.
13. "Jornal da AESP nº 22" de outubro de 1983, p. 11
14. "Jornal da AESP nº 33" de setembro de 1984, p. 12
15. "AMIRT Notícias nº 0" de julho de 1987, matéria de capa.
16. "AMIRT Notícias nº 7" de janeiro de 1988, p. 3.
17. "AMIRT Notícias nº 9" de abril de 1988, p. 5.
18. "AERP Informa nº 43" de junho de 1982, matéria de capa.

19. "AERP Informa n° 49" de julho/agosto de 1983, p. 2 e também a "Revista da ABERT n° 11" de abril de 1986, p. 15.
20. "Jornal da AESP n° 70" de novembro de 1987, matéria de capa.
21. "AERP Informa n° 37" de janeiro/fevereiro de 1981, p. 19.
22. "AMIRT Noticias n° 45" de outubro/novembro de 1982, matéria de capa.
23. "AERP Informa n° 52" de dezembro de 1984, p. 5.
24. "Jornal da AESP n° 73" de abril de 1988, p. 29.
25. "Jornal da AESP n° 33" de outubro de 1984, p. 37.
26. "AMIRT Noticias n° 8" de fevereiro de 1988, p. 2.
27. "AMIRT Noticias n° 9" de março de 1988, p. 3.
28. "AERP Informa n° 28" de agosto de 1979, p. 12.
29. Decreto n° 84.064 de 8/11/1979.
30. "Jornal da AESP n° 4" de outubro/novembro de 1981, p. 34.
31. "AERP Informa n° 45" de outubro/novembro de 1982, p. 11.
32. idem, p. 10.
33. idem.
34. "Jornal da AESP n° 38" de março de 1985, p. 41.
35. "Jornal da AESP n° 4" de março de 1982, p. 12.
36. "Jornal da AESP n° 33" de outubro de 1984, p. 22.
37. "Jornal da AESP n° 38" de março de 1985, p. 10.
38. "Revista da ABERT n° 37" de outubro de 1986, matéria de capa.
39. "Jornal da AESP n° 56" de setembro de 1986, p. 9.
40. "Jornal da AESP n° 73" de abril de 1988, p. 31.
41. "AERP Informa n° 45" de outubro/novembro de 1982, p. 5.
42. "Jornal da AESP n° 9" de agosto de 1982, p. 17.
43. "AERP Informa n° 52" de dezembro de 1984, p. 8.
44. Idem, p. 7.
45. "Jornal da AESP n° 32" de setembro de 1984, p. 25.
46. "AERP Informa n° 57" de outubro de 1985, matéria de capa.
47. "Jornal da AESP n° 38" de março de 1985, p. 20.
48. "Revista da ABERT n° 13" de junho de 1986, p. 11.
49. PEREIRA, M. A democratização da comunicação e o direito à informação na Constituinte. São Paulo, Global, 1987, pp. 53-59.
50. "Jornal da AESP n° 63" de abril/maio de 1987, p. 33.
51. idem, p. 34.
52. "Jornal da AESP n° 51" de abril de 1986, p. 27.
53. "Jornal da AESP n° 53" de junho de 1986, p. 19.
54. "Jornal da AESP n° 54" de julho de 1986, p. 11.
55. "Jornal da AESP n° 70" de novembro de 1987, p. 39.
56. "AERP Informa n° 43" de junho de 1982, p. 4.
57. "AERP Informa n° 44" de julho de 1982, p. 14.

58. idem
59. "Revista da ABERT nº 17" de outubro de 1986, p. 7.
60. "Revista da ABERT nº 20" de janeiro de 1987, p. 20.
61. idem
62. "Jornal da AESP nº 37" de fevereiro de 1985, matéria de capa.
63. "Revista da ABERT nº 11" de abril de 1986, p. 10.
64. "Jornal da AESP nº 68" de setembro de 1987, p. 8.
65. "Revista da ABERT nº 11" de abril de 1986, p. 21.
66. "Jornal da AESP nº 32" de setembro de 1984, p. 34.
67. "Jornal da AESP nº 42" de julho de 1985, p. 43.
68. "AMIRT Notícias nº 7" de janeiro de 1988, p. 5.
69. "AMIRT Notícias nº 8" de fevereiro de 1988, p. 6.
70. "Jornal da AESP nº 74" de maio de 1988, p. 37.
71. "Revista da ABERT nº 40" de março de 1989, p. 25.
72. PORTER, M.E. *Estratégia competitiva: técnicas para análise de indústrias e da concorrência*. Rio de Janeiro, Campus, 1986. p. 191
73. "Revista Veja nº 825" de 27 de junho de 1984, matéria de capa.
74. idem.
75. "Revista da ABERT nº 40" de março de 1989, p. 20.
76. BOWMAN, op. cit. cap. 1 e 2

CONCLUSAD

## 7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

### 7.1. INTRODUÇÃO

Em se tratando de fechar este texto gostaria de, além de apresentar minha conclusão, apontar algumas perspectivas de estudos, bem como deixar indicadas determinadas tendências do processo de evolução do atual modelo radiotelevisivo brasileiro.

## 7.2. COMO INTERPRETAR O MODELO BRASILEIRO DE EXPLORAÇÃO DOS SERVIÇOS DE RADIO E TELEVISÃO?

É chegada a hora de retomar as considerações contidas no primeiro capítulo deste texto. Como o leitor deve se recordar, foi em função das interpretações formuladas pelos principais trabalhos existentes sobre o tema em questão, e da necessidade da superação de algumas destas, que decidi centrar minha atenção em determinados aspectos da relação entre o Estado e o mercado na radiodifusão. Agora é o momento de se fazer um balanço destas posturas metodológicas, apontando em que medida elas efetivamente possibilitam um avanço da nossa compreensão sobre a realidade do modelo radiotelevisivo adotado pelo Brasil.

No capítulo relativo ao tratamento das principais obras existentes sobre o assunto apontei a existência de certos temas recorrentes: o papel central desempenhado pelo Estado na definição das características e finalidades do nosso modelo radiotelevisivo (o "super-poder" que o Estado exerceria sobre a radiodifusão) e a



forma de reprodução de um modelo de rádio e televisão de base privada e finalidades comerciais (a "imposição" de tal modelo pelo capitalismo central, pela Ditadura Militar e/ou pelas necessidades inerentes ao modo capitalista de produção).

Cabe perguntar: até que ponto nossas colocações se contrapõem ou contradizem a produção que nos precedeu? Mais especificamente: em função dos resultados expostos, pode-se negar validade à atribuição do poder do Estado sobre a radiodifusão? Acredito que não; isto é, não se pode negar que o Estado exerce uma enorme influência sobre o modelo radiotelevisivo. Porém, para que tal atribuição -consERVE sua validade é necessário se levar em conta determinados aspectos.

O primeiro é que, como vimos no terceiro capítulo, em qualquer lugar do mundo o Estado, necessariamente, atua sobre o sistema de rádio e televisão. Seja num modelo radiotelevisivo público, seja numa radiodifusão comercial, sempre existirão agências do Estado influenciando poderosamente o desenvolvimento daqueles serviços. Tal se dá em função das características inerentes à atividade radiotelevisiva que, como

demonstrei no capítulo segundo, tornam impensável a existência da radiodifusão enquanto atividade regulada apenas pelas forças do mercado.

O segundo é que a intervenção do Estado não pode ser reduzida à atuação do Poder Executivo Federal e suas representações. Outras esferas e outras agências do Estado também atuam na definição do modelo radiotelevisivo brasileiro. Por exemplo, as prefeituras e câmaras municipais (interiorização do sinal televisivo) e o Congresso Nacional (imposição do Horário Eleitoral Gratuito, Voz da Constituinte, etc.) também jogam um importante papel na constituição e transformação das características do modelo brasileiro de rádio e TV.

Além disso, o entendimento da conformação do nosso modelo radiotelevisivo não deve se fazer apenas a partir da atuação das agências do Estado, mas também dos grupos sociais e políticos que buscam a mudança ou a permanência das características da intervenção estatal. Destes, talvez o mais importante seja o dos empresários da radiodifusão; mas também apontamos importantes iniciativas de outras forças sociais que, principalmente a partir da convocação da Assembléia Nacional Constituinte, se esforçaram

para mudar o padrão e as finalidades da intervenção do Estado no mercado da radiodifusão.

Feitas estas ressalvas, conclui-se que no caso brasileiro a atuação do Estado foi particularmente marcante, manifestando-se de formas variadas. Não só foi no âmbito do Estado que se definiram as normas técnicas que deveriam ser adotadas pelo setor, como também estabeleceram-se parâmetros para a transmissão dos conteúdos dos programas radiotelevisivos. Além disso, coube ao Estado chamar para si a tarefa de estender, para toda a nação, o sinal televisivo, transformando a televisão num veículo de alcance nacional. Finalmente, o Estado interviu - uma vez mais - na organização do mercado, quando baixou normas que limitavam a concorrência entre as emissoras (por exemplo, o decreto que proibia as estações repetidoras de TV de concorrerem com as emissoras de rádio), ou quando estabeleceu parâmetros para regular o volume e direcionar as entradas de novos empresários no ramo (a tentativa da concretização do "estudo de viabilidade econômica").

O entendimento da intervenção do Estado no mercado da radiodifusão deve passar, também, pela compreensão da diversidade de fatores que influem sobre as características que ela assume, bem como pela aceitação do fato de que estes mudam ao longo do tempo. Ambos aspectos, que nunca pesaram muito na maior parte das análises disponíveis sobre o tema, constituíram o essencial da argumentação do terceiro capítulo. Tanto no caso brasileiro, quanto no europeu e norte-americano, a intervenção estatal se viu conformada por fatores de ordem política, econômica, social, estratégica, cultural e moral, só para citarmos os mais importantes. E na medida em que estes fatores vão mudando ao longo do tempo, vão se gerando as condições que poderão levar - ou não - à mudança das características assumidas pelos diversos modelos radiotelevisivos; o que irá depender também da correlação de forças políticas e sociais que se mobilizam em torno do tema da normatização da atividade radiotelevisiva.

No caso brasileiro, tivemos uma radiodifusão pública e sem fins lucrativos na década de 1920; um modelo de rádio comercial na década de 1930, para assistirmos no Estado Novo (1937) à idealização de um modelo de monopólio

estatal das comunicações. Se atualmente a radiodifusão comercial parece consolidada, cabe lembrar que nada garante que ela vá permanecer indefinidamente no tempo com estas mesmas características, como se o rádio e a televisão se mostrassem impermeáveis ou indiferentes ao processo de mudança social. E é sobre as tendências do processo de desenvolvimento da radiodifusão que discorro no próximo item.

Já o estudo sobre a postura do empresariado da radiodifusão frente ao Estado revelou como é ampla e importante a diversidade de interesses abrigados no interior daquela categoria. É em função desta diversidade que os variados setores que compõe este empresariado se articulam, de formas distintas, para buscar junto às agências estatais o atendimento de demandas que podem ser comuns à toda categoria, mas podem também, por vezes, serem específicas desta ou daquela parte do conjunto dos radiodifusores.

Em função dos elementos expostos no capítulo sexto fica muito difícil, se não impossível, se pensar a relação entre Estado e empresariado privado da radiodifusão nos termos dominantes na nossa literatura. Uma vez que nem o próprio empresariado tem muita clareza sobre a

postura a adotar frente à intervenção do Estado no seu ramo de atividade como um todo, torna-se perigosamente simplista se falar em qualquer tipo de "associação", "troca de favores" ou "cooperação" permanentemente instituída entre aquela categoria e o Estado. Como espero ter demonstrado, o empresário de rádio e TV historicamente tem se organizado para lutar não contra ou a favor da intervenção do Estado no seu ramo de atividade, mas em torno de determinados aspectos localizados daquela intervenção. E esta luta, bem como sua correspondente organização, compreende variados níveis de adesão e são conduzidas com diferentes graus de sucesso pelos setores interessados.

### 7.3 O FUTURO DA RADIODIFUSÃO BRASILEIRA

Em função dos elementos expostos, talvez seja possível se apontar algumas tendências de mudança do modelo radiotelevisivo brasileiro.

No que diz respeito ao rádio duas tendências me parecem bem delineadas: a progressiva redução do espaço ocupado pelo rádio comercial, em favor de entidades não-lucrativas, e a explosão do número de estações de rádio ilegais ("piratas").

No sexto capítulo fiz referência à intensificação do processo de fragmentação da indústria do rádio e dos fatores que estavam levando à uma contínua queda nas taxas de lucratividade do setor. O que pode acontecer com as estações de rádio se este processo se mantiver com seu ritmo atual? Com a palavra os radiodifusores:

"Hoje já se nota uma política do poder concedente voltada para a diminuição da potência das emissoras, em especial para as de frequência modulada, o que abriria condições técnicas para um aumento considerável de canais. Sem medidas paralelas, uma política nesse sentido inevitavelmente redundaria no enfraquecimento político e econômico das estações com risco de se transformarem em meros "serviços de alto-falantes hertzianos", transformando-as em empresas sem recursos necessários para a sobrevivência o que resultaria no fim da iniciativa privada na radiodifusão. As emissoras acabariam em poder de universidades, grupos políticos ou religiosos, prefeituras e até mesmo como hobby na mão de ricos excêntricos." (grifos meus) 1



Assim se manifestava o Presidente da AERP em 1984. Quatro anos depois o Presidente da AESP constatava:

"O rádio está mudando de mãos, deixou de ser um negócio do empresário de radiodifusão para ser instrumento dos políticos. Eles entram no mercado como predadores, não vão se preocupar em contratar bons profissionais, nem em tabelas de preços. Está se fazendo um leilão de rádio. O que a classe política está fazendo com o rádio não tem nome." 2

O colapso das estações de radiodifusão, em função da sua proliferação desmedida, já havia sido previsto pelo presidente da ABERT, quando por ocasião da apresentação da proposta de exigência de um "estudo de viabilidade econômica". Mas a fala do presidente da AERP vai mais além. O tal colapso não acabaria com a radiodifusão, mas sim com o seu regime de exploração pela iniciativa privada. No panorama futuro que ele traça, está a possibilidade de que determinadas circunstâncias terminem por transformar a radiodifusão de privada em pública! O interesse da sua fala reside, precisamente, na colocação de uma hipótese: que o rádio comercial - viabilizado há menos de 60 anos - esteja com os seus dias contados. Para o presidente da AESP

tal estado de coisas já está se instaurando: o rádio está mudando de mãos...

A redução do alcance da atividade fiscalizatória das agências estatais também leva mais água para o moinho da radiodifusão sem fins lucrativos. A medida em que estas agências vão se mostrando incapazes de policiar intensamente a totalidade do território nacional, cresce a possibilidade de ocorrência de um surto de disseminação de estações ilegais, isto é, "piratas". No caso do Paraná, que estudamos bem, tanto a Estação da RENAR, quanto a Diretoria Regional do DENTEL vem se mostrando, já há vários anos, incapazes de coibir a proliferação de estações de radiocomunicação ilegais (cujo número já ultrapassou largamente o de legalizadas) e de localizar as efêmeras estações de radiodifusão "piratas" que, periodicamente, fazem suas incursões pelo espectro radioelétrico.

A falência da ação fiscalizatória não corresponde, necessariamente, qualquer aumento no número de estações "piratas". Mas não se pode deixar de notar que, se realmente vier a ocorrer um surto de "pirataria" intenso e politicamente importante (por exemplo, como aquele que, na Itália, precedeu o fim do monopólio estatal da

radiodifusão), as agências do Estado encarregadas da sua repressão poderão fazer muito pouco para contê-lo. É um tal surto minaria ainda mais os alicerces da radiodifusão comercial, apressando a sua substituição por entidades sem finalidades comerciais.

Enfim, o que se verifica é que, por razões diversas, um número cada vez maior de estações de radio não tem, como finalidade principal, a busca da lucratividade monetária. Neste grupo em ascensão, o setor mais importante é, talvez, aquele composto por estações de rádio que pertencem a políticos, que delas se utilizam para incrementar o seu esforço de auto-divulgação. Somente o tempo dirá se as estações de radio comerciais irão, de fato, desaparecer; ou se ela sobreviverá, convivendo com suas congêneres sem (ou quase sem) finalidades comerciais.

Outra tendência importante diz respeito à diversificação da oferta televisiva. Se nos anos 1970 a intelectualidade de esquerda se escandalizava com o virtual monopólio da Rede Globo (então desfrutando de índices de audiência nunca inferiores a 80%), hoje ela tem elementos para se sentir mais tranquila. Não só a concorrência entre as grandes redes de televisão

tem se acirrado (sempre em prejuízo da Rede Globo) como a introdução de novas tecnologias vem contribuindo para que se diversifique a oferta televisiva, afastando cada vez mais o país da situação de monopólio por parte da Globo que imperava há poucos anos atrás.

O acesso à uma variedade de redes de televisão já é uma realidade na maior parte das pequenas e médias cidades brasileiras; mas é nas grandes capitais que se verifica a multiplicação crescente das opções de programação, graças às novas tecnologias. Destas, as mais importantes são as antenas parabólicas, que podem captar os sinais enviados por satélites, a TV em UHF e, futuramente, a TV a cabo. O país já conta com 100.000 antenas parabólicas, atingindo um público de 2,5 milhões de pessoas, que podem ter acesso à programação das grandes redes de televisão nacionais e estrangeiras que transmitem seus sinais por satélite.<sup>3</sup>

Já a TV operando em UHF promete expandir grandemente as possibilidades de intensificação da concorrência no mercado televisivo, e isto por duas razões, uma técnica e outra econômica. Os motivos de ordem técnica dizem respeito à possibilidade de coexistência de um número da

estações de televisão, numa mesma cidade, significativamente maior do que aquele permitido pela faixa de VHF: 34 contra 7. As razões de ordem econômica dizem respeito à uma série de importantes e experientes empresas de comunicação que, graças à disponibilidade desta nova faixa de onda, poderão entrar no mercado televisivo, contribuindo para acirrar a disputa pela audiência e fragmentar a repartição do bolo das verbas publicitárias. Por exemplo, em São Paulo, a Editora Abril, através da TV Abril, a Rádio Jovem Pan com a TV Jovem Pan UHF e o canal + de Mathias Machline do Grupo Sharp, são empresas que dispõem de grandes possibilidades de se manter neste mercado. Resta esperar que suceda aqui o mesmo que nos EUA, onde a diversificação da oferta televisiva correspondeu à maior fragmentação na distribuição das verbas publicitárias e, por extensão, do poder antes exercido pelas grandes cadeias de televisão. A televisão por cabo, ainda na fase de projeto, também pode reforçar aquelas tendências e, inclusive, instituir algum tipo de "acesso público" como nos EUA.

Finalmente, um outro fator importante a impulsionar tal diversificação, diz respeito à postura que, espera-se, venha a ser adotada pelo Congresso, em se tratando da regulamentação dos dispositivos constitucionais relativos à comunicação. O art. 221, item II, estabelece que a programação das emissoras deverão atender os princípios da "... promoção da cultura nacional e regional e estímulo à produção independente que objetive sua divulgação"; o item seguinte preconiza a "... regionalização da produção cultural artística e jornalística, conforme percentuais estabelecidos em lei." Se o Congresso se apressar em fixar percentuais para a irradiação de programas produzidos à nível local, inclusive e muito especialmente por outras entidades que não as próprias estações geradoras (produtores "independentes"), então teremos aí mais um poderoso estímulo à diversificação dos conteúdos televisivos, acabando-se com o monopólio produtivo por parte dos grandes centros.

Mas nem o acirramento da concorrência, nem a introdução de novas tecnologias, pode alterar um dado fundamental da radiodifusão comercial: o monolitismo informativo. Uma vez que todas as

empresas do ramo se encontram completamente dependentes do afluxo de verbas publicitárias para se manterem, elas acabam vendo-se irremediavelmente presas às imposições de seus anunciantes que, neste país, se constituem das grandes empresas privadas e do governo, isto é, "... os titulares do poder político e econômico na sociedade".<sup>4</sup> Mas não é só a sujeição aos anunciantes que conduz à homogeneização dos conteúdos dos informativos do rádio e da TV. A necessidade de capturar e manter um certo índice de audiência - pré-requisito para se atrair o interesse dos anunciantes - também acaba conduzindo as emissoras a adotar as táticas comuns aos outros tipos de entretenimento popular, como o cinema, o circo, os discos ou os shows musicais:

"... o conteúdo da mensagem tem de ser divertido, tem de ser fácil de absorver e digerir, e tem de se minimizar a necessidade de preparação prévia e prometer imediata gratificação." <sup>5</sup>

As consequências desta prática são bem conhecidas e, os seus aspectos deletérios, no que diz respeito à formação cultural e ao acesso à informação por parte da população, foram incansavelmente denunciados pela nossa literatura

desde a década de 1970. Mas é importante sublinhar o fato de que o monolitismo informativo não é uma característica peculiar do modelo radiotelevisivo brasileiro, mas um traço distintivo da radiodifusão comercial. Para se constatar a validade desta afirmação, vale a pena contrapor duas descrições dos conteúdos irradiados por emissoras comerciais. A primeira refere-se à TV norte-americana:

"Histórias sensacionais tomam precedência sobre as rotineiras, as personalidades sobre as questões ("Caso Irã-Contras"), os eventos concretos sobre as idéias abstratas, relacionamentos simples sobre os complexos, a imagem sobre o conceito, o presente sobre o passado, o fragmento sobre o todo. Como meio de mobilizar e manter uma audiência estas ênfases estão bem escolhidas; como meio de criar um público informado (como as evidências empíricas confirmam) são um desastre."

6

A segunda descreve um conjunto típico de matérias do nosso telejornal de maior audiência:



"A recusa de notícias importantes, substituídas pela divulgação de faits-divers ou de programas do tipo Ópio do povo, é técnica largamente empregada pela nossa maior rede de televisão. No dia do comício organizado pelas oposições, em 1987, a favor da eleição imediata para a Presidência da República, o programa nacional substituiu essa notícia pela divulgação de três fatos: a) as trapaças usadas por um caboclo para a venda de pintinhos coloridos; b) as conversas entretidas por uma menina com golfinhos nos EUA; e c) as desventuras de um Don Juan Árabe, que sofreu amputação de parte da língua pela mordida de uma brasileira, em Innsbruck."7

Em função destes aspectos, finalizo com uma terceira tendência que gostaria de projetar. A que diz respeito à criação, por parte do Congresso, de dispositivos que conduzam os meios de comunicação à observância da concessão de preferência à irradiação de programas com finalidades educativas, artísticas, culturais e, principalmente, informativas. Como, aliás, já está previsto na constituição. Contudo, mais do que apenas prever a primazia deste tipo de programação, o Congresso terá de estabelecer padrões mínimos de qualidade, periodicamente aferidos e atualizados, para que, na prática, as exigências de uma programação com finalidades tão

elevadas não seja deturpada pela má fé dos titulares dos meios de comunicação ou sacrificada em nome dos imperativos da lucratividade.

Outro fator importante na garantia do direito à informação, e do aperfeiçoamento intelectual da população brasileira é, sem dúvida a manutenção da obrigatoriedade de transmissão gratuita do Horário Eleitoral e dos programas anuais dos partidos políticos. Parece evidente que este tipo de programa vem se constituindo, já há algum tempo, no único espaço que as correntes políticas de esquerda e/ou de oposição dispõem para veicular, sem deturpações ou omissões, as suas propostas e idéias. O desaparecimento deste espaço teria, então, gravíssimas consequências para o futuro da democracia brasileira. É esta percepção que, acredito, faz com que estes programas continuem existindo, a despeito do bombardeio ininterrupto que o empresariado da radiodifusão e as correntes políticas mais conservadoras o vêm submetendo.

Contudo, no interesse do desenvolvimento educacional e do aperfeiçoamento intelectual da nossa população, entendo que ambas as medidas (estabelecimento de padrões que tornem predominante a irradiação de programas

educacionais, artísticos, informativos, etc. e continuidade dos programas políticos gratuitos), por si sós, não são suficientes. O que se impõe, no meu modo de entender, é a adoção de medidas legais que garantam, efetivamente, o acesso do conjunto da nossa sociedade aos meios de comunicação como emissores. Só assim, acredito, se conseguirá quebrar, sem possibilidade de retorno, o monolitismo informativo e garantir a todos o acesso à informação. Cabe aqui a descrição de duas possibilidades de se efetivar esta proposta. Advirto o leitor que, infelizmente, nenhuma destas possibilidades se faz presente no Brasil contemporâneo. Deixo de falar, a partir do próximo capítulo, em tendências materialmente detectáveis e passo a traçar uma utopia: a de um país efetivamente democrático, onde a liberdade de imprensa e a livre manifestação não sejam apenas conceitos vazios, mas uma realidade que se vive no dia a dia.

#### 7.4 PERSPECTIVAS DE ESTUDOS

O pesquisador que se decidir a investigar o tema da intervenção do Estado no mercado da radiodifusão encontrará um vasto universo a ser desvendado. Como apontei no primeiro capítulo, existem muito poucos trabalhos voltados para o assunto e, a maior parte de baixa qualidade.

Restam, pois, aspectos muito importantes daquela intervenção que estão a merecer um tratamento mais aprofundado ou, no pior dos casos, a serem descobertos enquanto objeto de estudo pela comunidade acadêmica. Destes, quatro me parecem ser os mais importantes: a política de concessão de canais de rádio e televisão, o exercício da ação fiscalizatória estatal, o papel do Estado como anunciante publicitário e o processo de interiorização do sinal televisivo.

A política de concessão de canais esteve no centro do debate político até bem pouco tempo atrás. E é fácil entender porque. Mesmo com a promulgação da nova constituição, o poder concedente de canais de rádio e televisão

continua a ser exercido pelo Presidente da República. Cabe ao Congresso apenas referendar o processo. Compete à Presidência o exercício dos controles de entrada neste ramo de negócio, tendo o Congresso uma participação bem secundária. Caberia investigar como este processo se dá na prática, levantando a atuação dos setores envolvidos, identificando os interesses em jogo e desvendando os instrumentos de poder que os concorrentes lançam mão para influenciar a decisão final da Presidência.

O exercício da ação fiscalizatória estatal é outro objeto a ser considerado. Na atribuição de um "super-poder" do Estado sobre a radiodifusão, os pensadores parecem ter feito pouco mais do que uma leitura do elenco de atribuições legais das agências fiscalizatórias. Cabe aqui uma investigação que procure dar conta, na prática, dos limites e possibilidades da ação fiscalizatória. O que se deve buscar é a caracterização da defasagem entre as atribuições e as disponibilidades, materiais e humanas, do DENTEL e da RENAR. Assim, pode-se relativizar o poder que usualmente é atribuído ao Estado e indagar sobre as possibilidades deste reagir aos desafios postos usualmente por aqueles que

discordam do seu controle sobre as entradas neste ramo de atividade: as estações "piratas".

Vimos que a dependência de verbas publicitárias acaba conformando irreversivelmente a atuação da radiodifusão privada. E um dos maiores anunciantes, tanto à nível federal quanto estadual, é o poder executivo. Cabe então levantar o volume de verba que os poderes públicos investem em publicidade, compará-lo com o montante total das verbas publicitárias e, tentar entender o impacto político destes recursos sobre o comportamento das estações de rádio e TV.

Finalmente, impõe-se a reconstituição histórica da interiorização do sinal televisivo, com seus diversos personagens e múltiplos desdobramentos. Já apontamos o desenvolvimento deste processo no território paranaense. Cabe proceder à mesma investigação em outras importantes regiões do país. E, no caso, o Estado de São Paulo é um candidato óbvio. Nesta pesquisa deveriam ocupar um lugar de destaque dois personagens: os prefeitos do interior do Estado e os empresários de rádio e televisão. Afinal, eram eles os principais interessados na interiorização da televisão.

## Notas da Conclusão

1. "AERP Informa nº 52" de novembro de 1984, editorial. p.2
2. "Jornal da AESP nº 79" de maio de 1988, p. 32.
3. "Revista Palyboy nº 423" de junho de 1990. "A UHF é o que pinta de novo na sua telinha." pp. 29-30.
4. COMPARATO, F. K. Para viver a democracia. São Paulo, Brasiliense. 1988. p. 140.
5. SIMONDS, A. P. Ideological domination and the political information market. In: "Theory and society nº 18", 1989, Kluwer Academic Publishers. p. 205
6. \_\_\_\_\_, p. 206
7. COMPARATO, op. cit. p. 141.

## B. EPILOGO - A UTOPIA REALIZADA: O MODELO DE RADIODIFUSÃO EFETIVAMENTE DEMOCRÁTICO

Encerrando este texto convido o leitor a me acompanhar na descrição de duas possibilidades de organização dos serviços de rádio e televisão. Tais possibilidades não irão se efetivar, pelo menos por enquanto, no Brasil. Afinal, inexistem evidências materiais que apontem no sentido da implantação no Brasil, mesmo a longo prazo, de um modelo de radiodifusão similar aos que vamos examinar. Daí a sua identificação com a utopia.

Mas a minha descrição, ao contrário da obra de Tomas Morus, não está se referindo a um lugar que não existe, mas sim a duas experiências com existência concreta. Se me refiro à elas enquanto utopias é porque reconheço a impossibilidade, pelo menos a curto prazo, de vê-las reproduzidas em meu país. Mas, ao mesmo tempo, me permito sonhar com o dia em que a nossa população possa dispor de meios de comunicação de massa organizados da forma como vou descrever.



Começemos com o caso holandês. A televisão holandesa, totalmente identificada com o modelo europeu de exploração dos serviços radiotelevisivos, tem como característica mais notável a primazia do direito de acesso, entendido enquanto prerrogativa que as entidades representativas da sociedade civil tem, de atuarem como emissoras de televisão.

Segundo uma lei de 1966, estabeleceu-se que as entidades que aspirassem à irradiação de seus programas pelas estações públicas deveriam possuir um mínimo de 15.000 sócios, devendo atingir o número de 100.000 ao cabo de dois anos: A estas entidades seria concedido três horas semanais de transmissão no rádio e uma na TV. O tempo concedido à estas entidades seria proporcional ao número de sócios que elas fossem conseguindo ao longo do tempo.

As principais entidades que desfrutam do direito de acesso na Holanda são as associações protestantes (NCVR, EO, VPRO), neutras (AVRO, TROS, VOO), católicas (KRO) e socialistas (VARA). As normas em vigor as obrigam a divulgar elementos de ordem cultural, educativa, informativa, educacional e de lazer. As emissoras são sustentadas pela taxaço dos aparelhos

receptores e pela receita publicitária.

Quais os resultados, do ponto de vista da garantia do direito à informação e da democratização dos meios de comunicação de massa, oriundos da implantação deste modelo? Uma amostra pode ser descrita nos seguintes termos:

"São célebres os casos na Holanda dos programas sobre a homossexualidade e o aborto, produzidos em feroz contraposição. No que diz respeito ao aborto, por exemplo, o programa da VARA, que mostrava uma intervenção completa e gratuita num hospital pelo método Karman, se constituiu numa resposta a outro programa da televisão evangélica - comumente tida como a mais conservadora da Holanda - em que se mostravam tribunais do Movimento Pela Vida, se entrevistavam especialistas que estavam contra o aborto e se tentava atrair a simpatia do espectador, fazendo uma menina que havia abortado contar sua própria experiência, a qual afirmava ter visões com a figura de um menino..."

1

Independentemente das opiniões do leitor sobre o assunto em questão, não há como deixar de reconhecer que este modelo possibilita a organização dos serviços de comunicação de forma efetivamente democrática. Todos os que conseguirem se organizar na forma da lei, terão

direito de acesso à privilegiada categoria dos radiodifusores, independentemente da sua condição social e opções políticas. Quantos países ditos ou tidos como democráticos podem afirmar que contemplam a democratização dos meios de comunicação de massa nestes termos?

Contudo, o direito de acesso não é uma prerrogativa exclusiva dos países mais ricos e democráticos do hemisfério norte. Podemos encontrar iniciativas similares aqui mesmo, na autoritária e empobrecida América Latina. Refiro-me ao caso colombiano.

O sistema televisivo colombiano assumiu, desde a sua criação em 1954, uma forma pública. Em 1985 foi criado o Instituto Nacional de Rádio e Televisão (INRAVISION) como uma empresa autônoma, sustentada pelos seus próprios recursos, encarregada de administrar os processos de concorrência para ocupação dos espaços de transmissão nas emissoras públicas do país.

O funcionamento do sistema pode ser assim descrito:

"A responsabilidade de fixar as características que deverão cumprir a programação proposta pelas produtoras, bem como da publicidade que podem vender em seus espaços, é diretamente do Ministério das Comunicações. Periodicamente este abre uma licitação, na qual se fixam os tipos de programas que devem ser propostos (...) e seus horários. O governo... faz a licitação, entregando os espaços a determinadas produtoras com base na qualidade do conteúdo proposto e no nível profissional e viabilidade da empresa." 2

E qual o resultado desta sistemática? O primeiro é que a manutenção da emissoras não pesa sobre o bolso do contribuinte. A INRAVISION se mantém, e à sua estrutura de geração de programas (educativos) e de transmissão, às custas dos valores pagos pelas produtoras independentes. O segundo é que o país conta com entre 20 e 40 produtoras de programas comerciais independentes, caracterizando um elevado índice de fragmentação do mercado televisivo. Tal fato só pode vir a favorecer a diversidade da produção televisiva, alargando, pois, o espaço democrático naquele país. Como se isso não fosse o bastante, criou-se uma Comissão para a Vigilância da Televisão, encarregada de defender os interesses do público e manter sob observação o atendimento dos padrões

de qualidade estabelecidos pela INRAVISION. Esta comissão faz parte do Conselho Nacional de Televisão, subordinado ao Ministério das Comunicações. Tal conselho é formado pelo ministro das comunicações; por um representante do Presidente da República, pelo diretor do Instituto Colombiano de Cultura, dois representantes do Congresso, um da associação dos jornalistas, um representante das faculdades de comunicação social, um representante dos ex-diretores da entidade, e dois membros da comissão de vigilância. Dos onze membros, somente 3 pertencem ao poder executivo, dois ao legislativo e seis representam uma variedade de organizações da sociedade civil. Também a administração da televisão pública holandesa goza de considerável dose de autonomia, apesar de seu presidente ser nomeado pela coroa. Contudo, no conselho de administração os representantes do poder executivo ficam em considerável desvantagem numérica.

Como nem um nem outro modelo exclui a radiodifusão privada, me parece que as soluções adotadas por estes países conseguiram, efetivamente, superar o dilema da escolha entre a adoção de uma radiodifusão comercial e o monopólio

estatal das empresas de rádio e TV, implementando um tipo de controle das comunicações realmente democrático. Resta contar que, também no Brasil, estas propostas encontrem aceitação.

#### Notas do epílogo

1. COSTA, P. G. La crisis de la televisión pública. Barcelona, Paidós, 1986. p. 158.
2. ANZOLA, P. Para uma maior participação democrática: as reformas da TV colombiana nos anos 80. In: MELO (Org.) Comunicação na América Latina. Campinas, Papirus, 1988. p. 55

## 9. BIBLIOGRAFIA

- ALMEIDA, M.H.T. & SORJ, B. (orgs.) Sociedade e política no Brasil pós-64. São Paulo, Brasiliense, 1984. 2ª ed. 261 p.
- ALTHEIDE, D.L. Media hegemony: a failure of perspective. Center for the study of justice, Arizona State University. In: "Public Opinion Quarterly vol. 48". 1984. pp. 476-490
- ALVES, M.H.M. Estado e oposição no Brasil (1964-1984). Petrópolis, Vozes, 1985. 3ª ed. 337 p.
- BENEVIDES, M.V.M. O governo Kubitschek: desenvolvimento econômico e estabilidade política, 1956-1961. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1976. 302 p.
- \_\_\_\_\_, A UDN e o Udenismo. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1981. 297 p.
- BOWMANN, J.R. Capitalist collective action: competition, cooperation, and conflict in the coal industry. Cambridge University Press, 1988. 342 p.
- BRASIL, Ministério das Comunicações, Anuário 1984. Brasília, 1984. 376 p.
- CAPARELLI, S. Comunicação de massa sem massa. São Paulo, Summus, 1986. 124 p.
- \_\_\_\_\_, Televisão e capitalismo no Brasil. Porto Alegre, L & PM, 1982. 196 p.
- CARETTI, P. Il monopolio dei servizi radiotelevisivi ad un punto critico: la riforma tra iniziativa privata e resistenze interne. In: "Problemi dell'informazione n° 3". anno 2. giu-set. di 1977. pp. 331-347.

- CARMINATI, G. Abitudini e motivazioni di ascolto delle televisioni locali. In: "Problemi dell'informazione n° 2", anno 4. Aprile-giugno 1979. 133-178
- COBRA, M. Marketing: casos brasileiros. São Paulo, Atlas, 1985. 211 p.
- COLLIER, D. (org.) O novo autoritarismo na América Latina. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1982. 407 p.
- COMPARATO, F.-K. Para viver a democracia. São Paulo, Brasiliense, 1989. 214 p.
- COSTA, P. O. La crisis de la television pública. Barcelona, Paidós, 1986. 322 p.
- CROUZET, M. História Geral das Civilizações. Tomo VII. São Paulo, DIFEL, 1977. 312 p.
- DOGLIO, D. El futuro de los servicios públicos radiotelevisivos. In: RICHERI, G. (org.) La television: entre serviço público e negócio. México, Ediciones G. Gilli S.A. 1982, pp. 148-175.
- DROZ, B. & ROWLEY, A. História do século XX. 1ª e 2ª volumes. Lisboa, Publicações Dom Quixote, 1988. 292 e 218 p.
- ESPINO, E. P. El monopolio de la television comercial en Mexico. In: "Revista Mexicana de Sociologia", out-dec. 1979. p. 1453-1489.
- FEDERAL COMMUNICATIONS COMMISSION. Rules governing broadcasting services. FCC, Whashington, D.C. 1956. 23 2p.
- FEDERICO, M.E.B. História da comunicação: rádio e TV no Brasil. Petrópolis, Vozes, 1982. 168 p.
- FRANCA DA ROCHA FILHO, A. Comunicação de massa e estado-televisão e política de telecomunicações. Tese de mestrado. E.C.A. USP, mimeo. 1981. 323 p.
- FREYBERG, J.W. Toward a structuralist model of state intervention in the mass media. In: "Political power and social theory, vol. 5". pp. 158-162.



FADUL, A. O futuro no presente: Perspectivas para uma teoria dos meios de comunicação de massa. Tese de Doutorado apresentada ao Departamento de Filosofia e Ciências Humanas da USP, São Paulo, mimeo. 1980. 352 p.

\_\_\_\_\_, (org.) Novas tecnologias de comunicação: impactos políticos, culturais e sócio-econômicos. São Paulo, Summus/INTERCOM, 1986. 182 p.

GRANDI, R. Los critérios de programación en los aparatos televisivos: o caso de Europa. In: RICHERI, L. (org.) La television: entre serviço público e negócio. Ediciones G. Gilli S.A. México. 1986, pp.181-203.

GOVERNO DO PARANA, Plano de governo, Curitiba, setembro de 1987. 102 p.

HABERMAS, J. Mudança estrutural da esfera pública: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa. Rio de Janeiro, Tempo brasileiro, 1984. 398 p.

HERZ, D. História secreta da Rede Globo. Porto Alegre, Tchê, 295 p.

HORWITZ, R.B. Understanding deregulation. In: "Theory and society n° 15". Dordrecht, Martinus Nijhoff Publishers, 1986. p. 160.

HURLEY, N.P. Chilean television: a case study of political communication. In: "Journalism Quaterly, winter, 1974". pp.98-107

INTERNATIONAL TELEPHONE AND TELEGRAPH CORPORATION. Reference data for radio engineers. New York, American Book, 1962. 897 p.

IPARDES - Fundação Edison Vieira. O Paraná reinventado: política e governo. Curitiba, 1989. 203 p.

\_\_\_\_\_, Sobre política paranaense; entrevistas. Curitiba, 1989. 261 p.

- ISEPI, F. Mitos, realidades y posibilidades de la descentralización televisiva. In: RICHERI, L. (org.) La televisión: entre serviço público e negócio. México, Ediciones G.Gilli, 1986. pp. 205-229.
- KEHL, M.R., COSTA, A.H. & SIMÕES, I. Um país no ar: história da TV brasileira em 3 canais. São Paulo, Brasiliense/FUNARTE, 1987. 323 p.
- LEAL, G.F. A leitura social da novela das oito. Petrópolis, Vozes, 1986. 133 p.
- LEAL FILHO, L. Atrás das câmeras: relação entre cultura, estado e televisão. São Paulo, Summus, 1988. 97 p.
- LONGSTREET, F. The city, industry and state. In: CROUCH, C. State and economy in contemporary capitalism. New York, Saint German Press, 1979. pp. 59-87.
- MACEDO, C., FALCAO, A. & ALMEIDA, C.J.M. (orgs.)-TV ao vivo: depoimentos. São Paulo, Brasiliense, 1988. 302 p.
- MACHADO, R. Afundação Roberto Marinho. Porto Alegre, Tchê, 1988. 234 p.
- MACHADO, A., MAGRI, C. e MASAGÃO, M. Rádios livres: a reforma agrária no ar. São Paulo, Brasiliense, 1987. 181 p.
- MACULAN, A.M. Processo decisório no setor de telecomunicações. Tese de mestrado apresentada ao IUPERJ. Rio de Janeiro, 1981. mimeo. pp. 1-70.
- MAGALHÃES, A. C. Política de telecomunicações. Gabinete do Ministro. Brasília, DF, 1986. 54 p.
- MATTELART, A. & MATTELART, M. O carnaval das imagens: a ficção na TV. São Paulo, Brasiliense, 1989. 206 p.
- MELO, J.M. (org.) Comunicação e transição democrática. Porto Alegre, Mercado Aberto, 1985. 280 p.
- \_\_\_\_\_, Comunicação: teoria e política. São Paulo, Summus, 1985. 183 p.

- \_\_\_\_\_, *Comunicação: direito à informação*. Campinas, Papirus, 1986. 152 p.
- \_\_\_\_\_, *Comunicação na América Latina: desenvolvimento e crise*. Campinas, Papirus, 1989. 98 p.
- \_\_\_\_\_, *A televisão brasileira como instrumento do neo-colonialismo: evidências do caso brasileiro*. In: "Comunicação e sociedade n° 1", julho de 1979. São Paulo, Cortez, pp. 167-182.
- \_\_\_\_\_, *Telemania: anestésico social*. São Paulo, Edições Loyola, 1981.
- \_\_\_\_\_, "Escapismo e dependência na programação da TV brasileira" In: "Comunicação e sociedade n° 5", março de 1981. pp. 148-163
- MUNAKATA, K. *Compromisso do Estado*. In: "Revista brasileira de história n° 7" de março de 1984. São Paulo, Editora Marco Zero, 1984. pp. 58-71.
- ORTIZ, R. *A moderna tradição brasileira*. São Paulo, Brasiliense, 1988. 222 p.
- ORTIZ, R., BORELLI, S.H.S. & RAMOS, J.M.O. *Telenovela: história e produção*. São Paulo, Brasiliense, 1988. 197 p.
- PAZ, F. M. *As artimanhas da política*. Curitiba, Prephacio, 1990. 103 p.
- PEREIRA, M. *A democratização da comunicação e o direito à informação na constituinte*. São Paulo, Global, 1987. 96 p.
- PORTER, M. E. *Estratégia competitiva: técnicas para análise de indústria e da concorrência*. Rio de Janeiro, Campus, 1986. 362 p.
- PUSATERI, C.J. *FDR, Huey Long, and the politics of radio regulation*. In: "Journal of broadcasting n° 21". Winter 1977. pp. 85-95
- RICHERI, G. *Tendenze dei sistemi televisivi europei: strategie delle nuove tecnologie di comunicazione*. In: "Problemi dell'informazione n° 2", anno 10, april-giugno, 1984. pp.257-277.

- \_\_\_\_\_, L. (org.) *La television: entre serviço público e negócio*. México, Ediciones G.Gilli, 1986. 437 p.
- RICHARDSON, D. *Guerra eletrônica: guia de armas de guerra*. São Paulo, Nova cultural, 1986. 2 volumes, 75 p.
- RONAN, C. A. *História ilustrada da ciência. Vol.4 ("A ciência nos séculos XIX e XX")*. São Paulo, Circulo do Livro, 1987. 138 p.
- SAMPAIO, M. F. *História do rádio e da televisão no Brasil e no mundo (memórias de um pioneiro)*. Rio de Janeiro, Achiamê, 1984. 342 p.
- SCHILLER, H. I. *O império norte-americano das comunicações*. Petrópolis, Vozes, 1976. 356 p.
- SILVA, C.E.L. *Indústria cultural e cultura brasileira: pela utilização do conceito de hegemonia cultural*. In: "Encontros com a Civilização brasileira n° 25", julho de 1980, Vol. 3. pp. 167-194.
- \_\_\_\_\_, *Muito além do Jardim Botânico*. São Paulo, Summus, 1985. 159 p.
- SIMONDS, A. P. *Ideological domination and the political information market*. In: "Theory and society n° 18", pp. 181-211, 1989. Kluwer Academic Publishers.
- SKIDMORE, T. *Brasil: de Castelo a Tancredo*. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1988. 608 p.
- SODRE, M. *O monopólio da fala: função e linguagem da televisão no Brasil*. Petrópolis, Vozes, 1977. 156 p.
- STEPAN, A. (org.) *Democratizando o Brasil*. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1988. 633 p.
- VAN VALKENBURG, N. *Eletrônica Básica do Estado sólido*. Rio de Janeiro, Ao livro Técnico, 1985. 256 p.
- VIANNA, G. *Direito de Comunicações*. Rio de Janeiro, Editora Rio, 1976. 347 p.

\_\_\_\_\_, Abuso do poder econômico na radiodifusão brasileira. Divisão Jurídica do DENTEL, Brasília, 1974. 29 p.

VIEIRA, R. A. A. Macrocefalia da comunicação de massa no Brasil: para compreender a televisão brasileira nos 15 anos do "Jornal Nacional". In: "Comunicação e política n° 1-4", janeiro/dezembro de 1985. pp. 18-54.

WERTHEIN, J. (org.) Meios de comunicação: realidade e mito. São Paulo, Cia. Editora Nacional, 1979. 277 p.

## 10. FONTES PRIMARIAS

### 10.1 COLEÇÕES DE JORNAIS

"Folha de São Paulo", "Ultima hora",  
"Gazeta do Povo", "Jornal da Tarde". "Diário  
Oficial da União", "Diário Oficial do Estado do  
Paraná".

### 10.2 COLEÇÕES DE PERIÓDICOS DAS ENTIDADES

REPRESENTATIVAS DO EMPRESARIADO DA RÁDIO-DIFUSÃO

"AMIRT Notícias", "AERP Informa", "Revista da  
ABERT", "Jornal da AESP", "Jornal da AGERT".

### 10.3 COLEÇÕES DE DOCUMENTOS DAS AGENCIAS ESTATAIS

10.3.1. RENAR: "Folheto publicitário do órgão".

10.3.2. DENTEL: "Relatório Parcial da Seção de Fiscalização", "Projeto da Operação Maria-Mole", "Projeto da Operação Tellim", "Coleção de pareceres jurídicos da estação de radioescuta", "Manual de fiscalização indireta".

10.3.3. RADIPAR: "Relatório das atividades atuais e proposta de funcionalidade da RADIPAR", "RADIPAR - Estatutos sociais", "Escritura pública de constituição da Paraná Radiodifusão S.A. - RADIPAR", "Relação de estações repetidoras/retransmissoras instaladas pela RADIPAR", "Lista de atividades realizadas pela RADIPAR", "Relação de pedidos de municípios enviados à RADIPAR", "Coleção de Instrumentos particulares de Contrato de Doação".

10.3.4. AMSOP e prefeituras: "Estatutos da Associação dos Municípios do Sudoeste do Paraná", "Coleção de leis da Câmara Municipal de Dois Vizinhos", "Requerimentos do procurador da AMSOP".

10.3.5. Ministério das Comunicações: "Coleção de decretos, portarias, outorgas e concessões", "Publicações da Divisão Jurídica do DENTEL", "Anuário - 1984".

#### 10.4. ENTREVISTAS

- 10.4.1. RADIPAR: corpo de técnicos e engenheiros;
- 10.4.2. DENTEL: Tereza Fialcoski Dequeche (Diretora) e Juarez da Costa César (Chefe da Divisão de Fiscalização);
- 10.4.3. RENAR: Marcos José Elias (Gerente da Estação de Cascavel);

#### 10.5 COLEÇÃO DE REVISTAS

"Revista Veja", "Revista Playboy", "Comunicação e política", "Comunicação e sociedade", "Public Opinion Quaterly", "Problemi dell informazione", "Revista Mexicana de Sociologia", "Political Power and social theory", "Theory and society", "Journalism Quaterly", "Revista Brasileira de História", "Journal of Broadcasting", "Almanaque do Exército" e "Encontros com a civilização brasileira".



## 10.6 OUTROS DOCUMENTOS

"Coleção de Almanaque do Exército Brasileiro", "Vade-Mecum Jurídico da Radiodifusão", "Constituição da República Federativa do Brasil", "Governo do Paraná - Plano de Governo".