

MARGARIDA M. KROHLING KUNSCH

**POLÍTICAS E SISTEMAS DE COMUNICAÇÃO
NO BRASIL: RETROSPECTIVA E ANÁLISE
CONTEMPORÂNEA**

***1. Políticas de comunicação no Brasil: sua periodização
na historiografia brasileira***

Entendemos como Políticas Nacionais de Comunicação (PNC) um conjunto de princípios e normas que norteiam as comunicações de uma nação. Conclui-se, por conseguinte, que o tema está intrinsecamente ligado às políticas de Estado, isto é, do país que estabelece suas políticas nacionais de comunicação, quer estejam explícitas ou não.

O termo Políticas de Comunicação (PC) ou Políticas Nacionais de Comunicação (PNC) já mereceu, por parte de pesquisadores e especialistas, espaço internacional para debate e reflexão. Desses encontros surgiram várias publicações, onde os autores se propuseram emitir uma conceituação clara do que vem a ser PC ou PNC, insistindo também na necessidade de os países possuírem políticas democráticas de comunicação.

Os trabalhos desses estudiosos, na verdade, reproduzem a preocupação da Unesco, que, mediante a promoção de conferências e a produção de documentos e publicações, sobretudo na década de 70, insistia na necessidade de os países estabelecerem políticas de comunicação que contemplassem o desenvolvimento nacional.

Uma figura latino-americana que se destaca e desde a década de 60 investiga o assunto é Luís Ramiro Beltrán, que assim conceitua PNC:

"Uma política nacional de comunicação é um conjunto integrado, explícito e duradouro de políticas parciais de comunicação, harmonizadas em um corpo coerente de princípios e normas para orientar a conduta das instituições especializadas no manejo do processo geral de comunicação de um país: (1).

Outros estudiosos são a norte americana Elizabeth Fox, que permaneceu muitos anos em países da América Latina, e os brasileiros Luiz Gonzaga Mota, César Guimarães, Marco Antonio Rodrigues, José Marques de Melo, Nelly Camargo, José Salomão Amorim, Clarêncio Neotti, Roberto Amaral, Antonio Costella, Freitas Nobre, Moacir Pereira, dentre outros que abordam essa temática com diferentes enfoques, Uns se dedicando mais à parte da legislação, outros com análises críticas sobre o sistema de comunicações de massa no Brasil e sobre o papel da Unesco e da Nomic (2).

Em que pese a todos os esforços da Unesco na tentativa de se estabelecerem Políticas Nacionais de Comunicação, sobretudo concentrando sua atuação nos países do Terceiro Mundo, especialmente os da América Latina, sua proposição fracassou. Constata-se hoje que as propostas da Unesco de democratizar a Comunicação ficaram num plano teórico, não interferindo efetivamente nas ações do Estado e no sistema produtivo dos meios de comunicação de massa.

Até a década do 60 não existia no Brasil algo que poderíamos definir como Política Nacional de Comunicação. No entanto, se recorrermos aos fatos ligados à Comunicação, ao longo da periodização da historiografia brasileira, podemos evidenciar decisões políticas por parte do Estado. Elas estão contidas nas Constituições do País (de 1924, 1891, 1934, 1937, 1946 e 1967 e suas alterações), que esboçam exatamente procedimentos normativos que expressam políticas parciais de comunicação (3), ainda que implicitamente.

O processo evolutivo do estabelecimento de políticas de comunicação no Brasil, objeto de uma pesquisa que estamos desenvolvendo, percorre a Era Colonial (1572-1808), o Império (1808-1889), a Primeira República ou República Velha (1889-1930), a Era Vargas (1930-1945), a República Nova (1945-1964), o Ciclo Militar (1964-1984), até a Transição Democrática (1985-1989).

Para efeito deste artigo, apresentaremos apenas aqueles fatos mais marcantes ocorridos na historiografia brasileira, que evidenciam decisões e normas políticas do Estado a respeito da Comunicação.

Era Colonial (1572-1808)

Na Era Colonial, a Comunicação sofre todas as conseqüências de uma "civilização transportada", com uma forte "censura transportada" de Portugal (4). É um período que se caracteriza por um total cerceamento à liberdade de informação e por uma censura ideológica, religiosa e cultural. Era proibida qualquer iniciativa para se instalar no País uma tipografia e uma imprensa própria.

Duas tentativas nesse sentido, a primeira em 1706, em Recife, e a outra em 1747, no Rio de Janeiro, foram duramente proibidas pela Ordem Régia (5). Até livre circulação de livros e impressos era impedida. A entrada desse material era clandestina e controlada.

Império (1808-1889)

Em 1808, a cidade do Rio de Janeiro passa a ser a capital do Império português. O Brasil pelo fato de sediar a Côrte e elevado a Reino Unido, recebe benefícios e surgem muitas reformas (abertura dos portos, a impantação da imprensa, da Biblioteca Real e dos cursos de nível superior etc.). Apesar das transformações, a censura continuou a existir.

Com um decreto de 13 de maio de 1808, D. João determina que se instale no Rio de Janeiro a Imprensa Régia, com os prelos trazidos pela comitiva. Foi a partir desse período que se estabeleceu a imprensa no Brasil, irreversivelmente, apesar de tarde, como afirma Hipólito da Costa Oliveira que fundou, em junho de 1808, o mensário *Correio Brasiliense*, feito em Londres e enviado clandestinamente a seu público na América.

Nessa época, assim como se concediam licenças para instalar tipografias, também se as tirava e sempre sob a guarda da censura governamental e da Igreja. Proibia-se a impressão de obras e foi impedido o ingresso do *Correio Brasiliense*. Com a censura "asfixiante", não era possível uma imprensa livre. Os jornais existentes estavam a serviço do Governo (6).

A Revolução Liberal de 1820 ocorrida em Portugal repercute no Brasil. Em 2 de março de 1821, D. João VI baixa um decreto que visava à liberdade de imprensa, abolindo a censura, embora "transferia a revisão censória dos originais manuscritos para as provas tipográficas" (7). Estava lançada a primeira base da responsabilidade penal em matérias de crimes de imprensa, dependendo de lei regulamentar.

Em 24 de abril de 1821, D. João VI retorna a Portugal e deixa no seu lugar D. Pedro I, seu filho.

Em 28 de agosto de 1821, D. Pedro I liberou totalmente a imprensa, adiantando-se à regulamentação do decreto de 2 de março de 1821, que chegaria de Portugal somente em setembro do mesmo ano. Dessa forma institui-se no Brasil a liberdade de imprensa.

Por decreto de 18 de junho de 1822, D. Pedro I introduz no Brasil o júri para julgar os crimes de imprensa (8) e em maio de 1823 instala os trabalhos da Assembleia Constituinte, embora convocada desde 3 de junho de 1822. E a Constituição do Império do Brasil, promulgada em 25 de março de 1824, manteve a liberdade de imprensa. A partir de então havia a garantia institucional da livre manifestação do pensamento e expressão.

Primeira República (1889-1930)

Em 15 de novembro de 1889, Deodoro da Fonseca e Floriano Peixoto se unem e põem fim ao período da Monarquia e se instala no País o Governo Provisório da República, tendo como presidente o Marechal Deodoro da Fonseca. Inicia-se o período da Primeira República ou República Velha (1889-1930).

Os fatos mais importantes ligados à legislação da Comunicação que podemos destacar são dois decretos, o Código Penal de 1890, a Constituição de 1891 e o Decreto-Lei 7.473 (conhecido como Lei Adolfo Gordo).

Com esses decretos o Governo praticamente impediu uma imprensa livre, ainda que não instituisse a censura. O Código Penal de 1890 englobou toda a matéria alusiva aos abusos de imprensa e estabeleceu as penas aplicáveis àqueles que instalassem oficinas tipográficas sem mencionar as exigências de autorização para funcionamento. A Constituição da República dos Estados Unidos do Brasil, promulgada em 24 de fevereiro de 1891, nos artigos 7 e 72, garantia a liberdade de imprensa e a livre manifestação do pensamento. Apesar disso, houve, nesse período, vários decretos de estado de sítio, por longos períodos, que demonstram que, na prática, essa liberdade foi muito limitada. A Lei Adolfo Gordo definia novos tipos de abusos de imprensa (publicação de segredos de Estado, ofensa ao Presidente da República e ao chefe de Estado e às nações estrangeiras etc.) (9).

Era Vargas (1930-1945)

Esta era se inicia em 3 de novembro de 1930, quando assume o poder Getúlio Vargas, o chefe da revolução que depôs Washington Luís. Esse acontecimento culmina uma série de explosões ocorridas nas décadas anteriores em várias regiões do País.

Getúlio Vargas assume o poder, centraliza a administração, dissolve o Congresso Nacional, as Assembleias Estaduais e as Câmaras Municipais e nomeia interventores Federais. Propõe então um programa de reconstrução nacional, constituído de 17 itens, que serviria de base para o "governo revolucionário e provisório" (10), e mais tarde implanta o Estado Novo.

Esse período se caracteriza por uma forte intervenção do Estado na vida nacional. Havia uma total desorganização da economia, proveniente da crise de 29. E Vargas atua inicialmente como planejador e coordenador e depois como participante direto na produção, por meio de obras públicas e a criação de empresas estatais (11).

No campo da Comunicação, muitos fatos ocorreram que demonstram um estado autoritário e com forte controle da informação.

Em 1 de março de 1932, pelo Decreto n. 21.111, o Governo provisório regulamentava os serviços de radiodifusão.

No período de 1930-1933, havia por parte do governo provisório várias

atitudes, embora não explícitas, de evidência do cerceamento à liberdade de expressão (12).

No dia 14 de julho de 1934, dois dias antes portanto da promulgação da Constituição, o Presidente baixa o Decreto n. 24.776, que institui uma nova Lei de Imprensa.

Em 16 de julho de 1934, foi promulgada a Constituição da República dos Estados Unidos do Brasil, e os artigos referentes à Comunicação são: 5-VIII, XIX-K, 113-8.9 e 131. Tais artigos respaldam a competência do Estado nos serviços de radiocomunicação, normatizam a propriedade de empresas jornalísticas e resguardam a liberdade de imprensa e da livre manifestação do pensamento (13).

Em 10 de novembro de 1937, Vargas decreta a Constituição Ditatorial e se instala no País o Estado Novo. E, no artigo 122, via-se o cerceamento à liberdade de expressão (14). A partir de então a intervenção do estado nos meios de Comunicação e a censura foram uma constante.

Segundo Erbolado: "Como era a ditadura de 37? O criador do Estado Novo –Getúlio Vargas– elogiava os jornalistas, procurava dar-lhes benefícios materiais (financiamento de casas, salário-mínimo profissional e isenção de impostos, entre outros), mas subornava-os e lhes tirava o essencial: a liberdade de pensamento. A Constituição de 10 de novembro, imposta à Nação, tinha que ser obedecida. Em nome do regime de exceção, que se declarava nacionalista, só se podia divulgar o permitido pelo detentor do poder ou por homens de sua irrestrita confiança.

Vargas adotava táticas abrangentes. Além de proibir o que não lhe interessasse, ainda obrigava os meios de comunicação social a publicarem notas, artigos assinados e fotografias, distribuídas por órgãos do governo. Tudo com uma recomendação: nada deveria dar a entender que se tratava de matéria paga ou obrigatória. Eram proibidas as notícias enquadradas e os asteriscos ao final das matérias, que tradicionalmente indicam tratar-se de texto sem a responsabilidade do jornal.

A Hora do Brasil, transmitida em cadeia, destinava-se ao culto à personalidade do Presidente da República. O rádio, aliás, servia para doutrinar as massas. Hitler, em seu *Mein Kampf*, já dizia: 'Sei muito bem que se conquistam adeptos menos pela palavra escrita do que pela palavra falada e que, neste mundo, as grandes causas devem seu desenvolvimento não só aos grandes escritores, mas aos grandes oradores' " (15).

Outro instrumento de poder sobre a imprensa, para melhor exercer o controle da informação, foi a criação do DIP –Departamento de Imprensa e Propaganda–, órgão próprio de difusão do Estado, em 27 de dezembro de 1939. Este órgão possuía cinco divisões: Divulgação, Radiofusão, Cinema e Teatro, Turismo e Imprensa (16).

Na noite de 25 de março de 1940, a polícia de Getúlio Vargas invadiu a sede do único jornal que ainda enfrentava a ditadura –O Estado de São Paulo, que ficou sob intervenção entre 1940 e 1945.

Podemos deduzir que, dentro da concepção de uma política de comunicação, ainda que não expressa e global, no período Vargas, ela

existiu e de uma forma autoritária e negativa no que concerne às políticas democráticas e nacionais de comunicação.

A República Nova (1945-1964)

O fim da Era Vargas se processa conjuntamente com a Segunda Guerra Mundial. As Forças Expedicionárias Brasileiras lutam na Europa contra os regimes totalitários e no Brasil a situação de ditadura contradiz tal procedimento. E, em novembro de 1945, cai o Estado Novo e o País passa por um processo de democratização. Surge A República Nova (1945-1964).

Com a Constituição promulgada em 18 de setembro de 1946, a liberdade de imprensa é restabelecida e desaparecem os órgãos censores do Estado Novo. A Lei de Imprensa, Lei n. 24.776, de 1934, voltou a vigorar. E os artigos que tratam da comunicação são: Artigo 5-XII, 141-5 e 160 (17). Esses artigos preservam e ampliam as leis democráticas.

A República Nova se caracteriza por um período democrático, regido pela Constituição de 1946. Dois governantes são destacados no período: Getúlio Vargas (1951-1954) e Juscelino Kubitschek (1956-1961).

Em novembro de 1953 foi sancionada uma nova lei de imprensa, Lei n. 2083, pelo então presidente Getúlio Vargas (18).

A década de 50 representa para a área de Comunicação uma das mais promissoras para o desenvolvimento. Em 1950, temos as primeiras transmissões de televisão, o surgimento do rádio transistor, e a empresa jornalística passa por uma fase de conglomerado, incluindo jornais, revistas, rádios e posteriormente a televisão, e as agências de propaganda se estabelecem de forma sólida. Tudo isso aliado naturalmente ao processo de industrialização vigente.

Apesar da vigência da Constituição de 1946, onde estava assegurada a liberdade de imprensa, houve no período fatos de repressão e censura aos meios de comunicação.

Durante o Governo Juscelino Kubitschek, por meio da Portaria 899, houve o cerceamento do direito à informação radiofônica. E, mais tarde, Jânio Quadros suspendeu de forma arbitrária por três dias o Rádio Jornal do Brasil.

Com a renúncia de Jânio Quadros, em agosto de 1961, ocorreu o estado de sítio e com ele foi estabelecido o Serviço de Censura Militar, que obrigava todas as emissoras oficiais e particulares a só transmitirem noticiário previamente censurado (19).

Em termos de políticas de comunicação, podemos considerar a década de 60 como a mais importante. Foi quando mais se estabeleceram princípios, normas e códigos, bem como toda uma legislação brasileira de comunicação, que, em grande parte, vigora ainda hoje. Nesse período, registramos dois momentos: um ainda no governo democrático, que, em 27 de agosto de 1962, criou o Código Brasileiro de Telecomunicações (20), por meio da

Lei n. 4.117. O segundo momento acontece no governo militar, principalmente de 1965 a 1969, como veremos a seguir.

Ciclo Militar (1964-1984)

Com a renúncia de Jânio Quadros à Presidência da República, em 25 de agosto de 1961, depois de muitas controvérsias toma posse o seu vice, João Goulart, que permanece até 31 de março de 1964, quando foi afastado por um golpe de Estado, liderado pelos militares. Em 11 de abril desse mesmo ano, assume a Presidência da República o Marechal Castelo Branco e com ele se inicia um triste período da história brasileira, caracterizado por uma ditadura militar, tendo como presidentes da República, sucessivamente, cinco generais: Castelo Branco, Costa e Silva e Junta Militar (1964-1969); Emílio Garrastazu Médici (1969-1974); Ernesto Geisel (1974-1979); João Batista Figueiredo (1979-1984).

Em termos de políticas de comunicação muita coisa aconteceu nesse período. Percebe-se nitidamente, num primeiro momento, uma preocupação governamental em priorizar a comunicação eletrônica e fortalecer a política de telecomunicações. Depois de todo um aparato legislativo com Atos Institucionais e Decretos-Leis, regulamentando as profissões da área de Comunicação Social, Lei de Imprensa, Lei de Segurança Nacional etc., o que mais marcou a sociedade brasileira nesse período foi a repressão e a censura exercida por esse Estado autoritário. A censura impôs à sociedade civil vinte anos de tortura silenciosa.

Podemos considerar como uma característica principal do período militar a ênfase dada à comunicação eletrônica, considerada como um fator não só de desenvolvimento, mas também de integração e segurança nacional.

Havia uma política deliberada do Estado em criar uma infra-estrutura de telecomunicações, capaz de ampliar a rede eletrônica dos meios de comunicação de massa para cobrir todo o território nacional, mas com o controle ideológico e a centralização no poder executivo das concessões das emissoras de rádio e televisão. A preocupação era atingir contingentes populacionais do norte ao sul do País para difundir uma idéia de nação integrada. Ao mesmo tempo os jornais passavam por uma censura radical (21).

A utilização da mídia eletrônica para defender o Estado autoritário foi uma constante, sobretudo no período Médici (1969-1974), quando se empregavam as mais sofisticadas formas de produção de mensagens persuasivas. A Assessoria Especial de Relações Públicas (AERP), chefiada pelo coronel Octávio Costa, com o objetivo de criar um único centro de propaganda do Governo, foi altamente especializada, profissional, com um trabalho dos mais eficazes em termos de propaganda política. Frases de efeito como "Você constrói o Brasil", "Ninguém segura este País", "Brasil, conte comigo", "Pra frente, Brasil" eram freqüentemente veiculadas nos programas radiofônicos e televisivos (22), mescladas com a exploração do

mito do "milagre econômico", com o crescimento de 10 % ao ano e a euforia da conquista da Taça Jules Rimet em 1970.

Toda essa caracterização das políticas de comunicação no Círculo Militar é fruto de todo um arcabouço e um conjunto de leis, decretos e decisões do Governo, que em síntese podemos registrar como fatos determinantes do período:

— Lei n. 4.680, de junho de 1965, que dispõe sobre o exercício da profissão de publicitário e as agências de propaganda.

— Criação da Embratel - Empresa Brasileira de Telecomunicações, em 16 de setembro de 1965.

— Ato Institucional n. 2, de 27 de outubro de 1965, cujos artigos 12, 16-III e 24 dizem respeito à livre manifestação do pensamento e ao julgamento de abusos de imprensa.

— Em 1966, o Governo decide adquirir a Companhia Telefônica Brasileira, até então controlada por capitais privados canadenses.

— Constituição do Brasil de 1967. A Constituição de 1946 já havia recebido numerosas emendas. Havia necessidade de uma Constituição que representasse a institucionalização dos ideais e princípios da Revolução de 1964. Assim, o Congresso Nacional foi convocado para discussão, aprovação e promulgação da Nova Carta elaborada pelos militares, o que ocorreu em 24 de janeiro de 1967. Os artigos que tratam da Comunicação são: 150-8 e 166 (23).

— Lei de Imprensa, de 9 de fevereiro de 1967.

— Lei de Segurança Nacional, de 13 de março de 1967.

— Criação do Ministério das Comunicações, pelo Decreto-Lei n. 200, de 25 de fevereiro de 1967, que se instala a 15 de março do mesmo ano.

— Lei n. 5.377, de 11 de dezembro de 1967, que disciplina a profissão de Relações Públicas, regulamentada em 1968.

— O fato mais marcante e crucial do ano e que atinge os vários setores da sociedade brasileira, com o maior cerceamento à liberdade, foi o Ato Institucional n. 5, de 13 de dezembro de 1968 (24).

— Com o Decreto-Lei n. 477, em 1969, foi proibida qualquer manifestação política por parte dos professores, alunos e funcionários nas Escolas e Universidades.

— Em 17 de outubro de 1969, o Decreto-Lei n. 972 dispõe sobre o exercício da profissão de jornalista, regulamentada pelo Decreto n. 65.912, de 19 de dezembro de 1969.

— Criação da Telebrás, pela Lei n. 5.792, de julho de 1972, e início de suas atividades em 9 de novembro de 1972.

— Assassinato do Jornalista Vladimir Herzog, em outubro de 1975.

A enumeração desses fatos comprovam nossa análise anterior de que, para legitimar o poder e dar sustentação política ao regime, foi montado um cerco abrangente dos vários espectros da comunicação, tanto no âmbito estrutural quanto no funcional.

No governo Geisel (1974-1979) inicia-se a descompressão e distensão do poder da linha dura, mas com o apoio e o controle dos militares. Isto

se dá sobretudo para atender, em parte, às reações da sociedade civil, que se manifesta contra a ditadura, por meio da vitória do MDB - Movimento Democrático Brasileiro, partido de oposição, nas eleições legislativas de novembro de 1974, da revolta e indignação com o assassinato do jornalista Vladimir Herzog e do novo sindicalismo em ação. Mas, dentro do Governo havia uma luta entre os linhas-duras e os moderados, fazendo com que a descompressão iniciada sofresse ameaças. O sinal evidente foi o fechamento do Congresso em 1 de abril de 1977, com a Emenda Constitucional n. 8, contendo o "pacote de abril" (25).

É no último período do Ciclo Militar, com João Batista Figueiredo (1979-1984), que se inicia efetivamente o processo de mudanças para as vias democráticas. Ocorrem a liberdade de imprensa, a anistia, a eleição direta para governadores em 1982, a reformulação do sistema partidário, por meio do surgimento de novos partidos. No entanto, nem todos estavam satisfeitos com a liberalização política. Tais mudanças provocaram, durante o ano de 1980 e no início de 1981, reações da direita: explosões de bancas de jornais; carta-bomba enviada à sede da OAB - Ordem dos Advogados do Brasil; e a explosão de bomba no carro de um capitão do Exército no Rio de Janeiro, em 30 de abril de 1981, no Riocentro, onde acontecia um espetáculo em benefício de causas esquerdistas (26).

Em 1984, a campanha das "Diretas-já" para a Presidência da República mobiliza a população e provoca o engajamento da mídia. Apesar de toda a movimentação da sociedade civil, de todo o clamor popular nas ruas, a Emenda Constitucional das eleições diretas para presidente e vice-presidente é rejeitada pela Câmara dos Deputados em 25 de abril de 1984. A partir de então as forças políticas de oposição se articulam com as do centro e com dissidentes situacionistas, formando a Aliança Democrática, que consegue, posteriormente, eleger, de forma indireta, seu candidato Tancredo Neves, derrubando assim o candidato do partido oficial (PDS), Paulo Salim Maluf. É o fim do Ciclo Militar e o início da Era de Transição Democrática.

Nova República - Transição Democrática (1985-1989)

O início da Nova República é marcado pela perplexidade e tristeza. Tancredo Neves, o candidato da Aliança Democrática, é impossibilitado de tomar posse no dia 15 de março de 1985, submetido a uma intervenção cirúrgica na noite anterior, no Hospital de Base, em Brasília. Seu estado de saúde se agrava progressivamente e sua morte no dia 21 de abril frustra uma nação inteira, que via nele o homem ideal para reverter a situação vigente no País - o caos econômico, a miséria social, o desemprego, a desesperança do cidadão e o autoritarismo.

José Sarney, na qualidade de vice do presidente eleito, assume a Presidência da República e enfrenta os maiores desafios. Mantém o ministério composto e articulado por Tancredo com a Aliança Democrática e inicia o processo de convocação para os trabalhos da reforma da Constituição

de 1967/1969, uma aspiração de toda a sociedade brasileira. Opta por uma Assembléia Nacional Constituinte, formada pelo Congresso eleito em novembro de 1986. Sua maior popularidade ocorre com a reforma econômica proposta com o Plano Cruzado, em 1986, de grande sucesso inicial, mas que veio a fracassar posteriormente. A inflação volta a ser incontrolável e alcança, no final de seu mandato, índices de 85 % ao mês.

No campo da Comunicação e na condução das políticas para o setor, os fatos mais marcantes que ocorreram foram: a escolha de Antonio Carlos Magalhães para ministro das Comunicações; fim da censura em todos os níveis; mobilização da sociedade civil nos trabalhos pré-constituintes; a criação de uma frente nacional para democratização da Comunicação; e a conquista de um capítulo exclusivo sobre Comunicação Social na Constituição de 1988, que determinou também a criação de um Conselho de Comunicação, como órgão auxiliar do Congresso Nacional, para concessões de rádio e televisão.

Os partidos de oposição e os segmentos progressistas da sociedade civil que apoiaram a candidatura de Tancredo Neves à Presidência da República reagiram contrariamente à indicação de Antonio Carlos Magalhães para ocupar o Ministério das Comunicações, causando grande polêmica na época. Mas o acordo entre Tancredo Neves, o ex-governador da Bahia e Roberto Marinho, já estava selado. Figura controvertida e conhecedor da política nacional sabia da importância dessa pasta. Ele representava os segmentos empresariais e era amigo e parceiro de Roberto Marinho, dono das Organizações Globo, que têm o monopólio da televisão no Brasil, exercendo grande influência e poder sobre os governantes brasileiros, pela cobertura nacional que sua rede alcança. Para os segmentos oposicionistas (profissionais, políticos, intelectuais e artistas etc.), tal indicação significava retrocesso nas propostas para democratização da Comunicação no País e o continuísmo das velhas práticas de favorecimento e clientelismo a políticos e grupos econômicos nas renovações e concessões de emissoras de rádio e televisão.

Tancredo Neves não aceitou os argumentos. Reagiu dizendo: "O ministro será ele, o presidente serei eu", "o coração tem razões que a razão desconhece" (27). José Sarney manteve Magalhães no cargo até o fim do seu mandato, com o ministro não só tendo o domínio da pasta das Comunicações, como também exercendo forte influência em todo o Governo.

O fato mais relevante em relação às políticas estatais de comunicação nesse período foi o total restabelecimento das liberdades democráticas e o fim da censura.

Os trabalhos pré-constituintes, iniciados pelo Governo, para atender o clamor da nação que aspirava a uma Nova Carta para substituir a Constituição de 1967 com todas as Emendas Institucionais até 1969, mobilizaram a sociedade civil, sobretudo em segmentos como a Igreja, a Ordem dos Advogados do Brasil (OAB), a Federação dos Jornalistas (**Fenaj**), sindicatos de trabalhadores, associações de classes, entidades científicas e culturais em geral.

A área de Comunicação, liderada pela **Fenaj** e em conjunto com outras entidades afins, se organizou e foi criada uma Frente Nacional para Democratização da Comunicação, cujo trabalho auxiliou os parlamentares constituintes, contribuindo para algumas conquistas da Constituição de 1988, que reservou um capítulo exclusivo para a Comunicação Social.

O texto do Capítulo V, que trata da Comunicação Social, abrange desde a livre manifestação do pensamento até a inclusão de um Conselho de Comunicação social, como órgão auxiliar do Congresso Nacional nas concessões das emissoras de rádio e televisão, algo que antes era poder exclusivo do governo federal (28). É ilustrativo lembrar que dias antes da promulgação da Nova Carta, 5 de outubro de 1988, o então Ministro das Comunicações, Antonio Carlos Magalhães, autorizou elevado número de concessões de rádio e televisão para aliados e políticos do Governo, a fim de fugir posteriormente da nova lei.

2. Políticas de comunicação no Brasil: classificação e abrangência

Políticas de comunicação no Brasil constitui um tema muito abrangente e complexo. Engloba todas as políticas estatais no campo da Comunicação e as políticas empresariais responsáveis por todo o sistema privado dos meios de comunicação, cujo funcionamento depende de autorização do Estado e das leis que regulamentam o setor.

As políticas estatais abrangem um amplo espectro de atuação: Legislação Brasileira de Comunicação, Telecomunicações, Sistemas de Concessões de Rádio e Televisão e a Regulamentação da TV a Cabo.

Legislação Brasileira de Comunicação Social

Podemos até dizer que no Brasil existe todo um aparato legal para a Comunicação. São leis específicas, além de decretos, códigos, portarias etc. que regulamentam o campo da Comunicação, envolvendo: Sistema de Comunicação Social do Poder Executivo; Empresa Brasileira de Notícias - EBN; empresa Brasileira de Radiodifusão - Radiobrás; Cinema; Jornalismo; Relações Públicas; Propaganda e Publicidade; Radiodifusão; Lei de Segurança Nacional; e Lei de Imprensa (29).

Muitos autores brasileiros fizeram estudos pormenorizados sobre a questão da legislação brasileira de Comunicação Social, sobretudo sobre a Lei de Imprensa. Dentre esses destacamos Antonio Costella, Freitas Nobre e Moacir Pereira (30).

Telecomunicações

O estabelecimento de uma política nacional para o setor de Telecomunicações no Brasil só ocorreu após a promulgação do Código Brasileiro de Telecomunicações, de 27 de agosto de 1962, e com o Regulamento Geral de Telecomunicações, em 1963 (31).

O sistema é monopólio do Estado desde essa época, sendo mantido na Constituição editada pelos militares, em 1969, e na Constituição de 1988, que, no artigo 21, parágrafo XI, estabelece que compete à União: "explorar, diretamente ou mediante concessão a empresas sob o controle acionário estatal, os serviços telefônicos, telegráficos, de transmissão de dados e demais serviços públicos de telecomunicações, assegurada a prestação de serviços de informações por entidades de direito privado através da rede pública de telecomunicações explorada pela União" (32).

Na atualidade, a organização institucional do setor está sendo objeto de grande debate nacional. As questões que se colocam hoje são a flexibilização do monopólio ou a privatização das telecomunicações do País. São várias as posições dos diversos segmentos da sociedade civil. A classe empresarial, profissionais ligados ao setor, outros segmentos e alguns políticos defendem a fim do monopólio, enquanto que entidades de classe dos trabalhadores, sobretudo aqueles ligados às empresas estatais do setor e os partidos considerados mais de esquerda (PT, PDT, PC do B e PSP) são contra. Muitos são os artigos e depoimentos de ambas as correntes veiculados na mídia, bem como publicações em jornais e livros (33).

Para o ano de 1995, com o início do Governo do Presidente Fernando Henrique Cardoso, está prevista uma outra etapa da Revisão Constitucional, iniciativa fracassada em 1994. As propostas que serão apresentadas para aprovação do Congresso Nacional, pelo novo Governo, prevêem, em maior ou menor medida, a flexibilização do monopólio estatal, "As iniciativas do (...) governo resguardarão o patrimônio público nas telecomunicações e terão as seguintes orientações gerais: estimular o investimento privado no setor; reforçar a presença do Estado como ente regulador da atividade de telecomunicações; diversificar a oferta de serviços no setor pela iniciativa privada; preservar a presença do setor público nas áreas estratégicas das comunicações e no desenvolvimento tecnológico; e estabelecer mecanismos de política tarifária e fiscal que permitam transferências de recursos dos segmentos de mercado de maior rentabilidade" (34).

O avanço e o crescimento do setor de telecomunicações brasileiras se desencadearam a partir da criação da Embratel - Empresa Brasileira de Telecomunicações, em 16 de setembro de 1965, sob o regime militar. Como já analisamos anteriormente, havia uma política deliberada do Estado em criar uma infra-estrutura de telecomunicações, organizando a exploração dos serviços de setor, não só para superar os atrasos frente aos países mais desenvolvidos, mas sobretudo para possibilitar a integração nacional, via comunicação eletrônica (35).

Dessa forma os maiores investimentos para o setor foram a partir de 1965, até fins dos anos 70. Nesse período o Estado investiu não só na infraestrutura física como também no aperfeiçoamento de recursos humanos, possibilitando a concessão de bolsas de estudos no exterior e criando centros de pesquisas, como a da Telebrás - Telecomunicações Brasileiras, em Campinas, SP.

A Telebrás iniciou suas atividades em 9 de novembro de 1972, de acordo com a Lei n. 5.792, de 11 de julho do mesmo ano. Atua como "holding" de um sistema empresarial constituído por 27 operadoras estaduais e por uma operadora de serviços a longa distância, a Embratel, sendo responsável por mais de 95 % dos serviços públicos de telecomunicações do País. Está presente em todo o território nacional e, por meio de suas empresas controladas, presta serviços de voz, texto, dados e imagem aos níveis nacional e internacional.

O Sistema Telebrás investiu no período de 1989 a 1994 a média anual de US\$ 2,47 bilhões. Perspectiva para 1995 é de investir uma média anual de 4 bilhões, além da flexibilização do monopólio, que permitirá a participação da iniciativa privada. Prevvia-se que o Brasil disporia, até 31 de dezembro de 1994, de 12,9 milhões de linhas ou terminais telefônicos, aí incluídos 642 mil celulares (36).

O Sistema Brasileiro de Concessões de Rádio e Televisão

O Estado tem exercido o controle sobre as concessões e a distribuição de estações de rádio e de televisão, por meio da Constituição Federal, do Ministério das Comunicações, de órgãos públicos vinculados ao setor e de dispositivos legais que normatizam os procedimentos e as ações dos envolvidos.

Os artigos das Constituições Brasileiras que tratam da matéria referente às concessões de radiodifusão e orientam a operacionalização dos seus serviços são encontrados nas Constituições do Brasil de 1934 (artigo 8), 1937 (artigo 15-VII), 1946 (artigo 5-XII), 1967 (artigo 8-XV) e na Constituição de 1988 (Capítulo V e artigos 221 a 224 com os respectivos parágrafos) (37).

Conforme já mencionamos anteriormente, o grande avanço conseguido na Constituição de 1988 em relação às anteriores foi ela ter assegurado a participação do Poder Legislativo na concessão ou permissão para explorar os serviços de radiodifusão, tendo como órgão auxiliar o Conselho de Comunicação Social. Até então isso era da competência exclusiva da Presidência da República, por meio do Ministério das Comunicações. Pesquisas já realizadas e reportagens veiculadas na mídia impressa constataram o uso político dessa atribuição para obter adesões de parlamentares no Congresso. Conseqüentemente, a maioria dos "caciques" políticos são donos de emissoras de rádio e de televisão, aparecendo como

proprietários seus familiares e amigos e eles, como "testas de ferro".

A criação daquele conselho, formado por representantes do empresariado, dos profissionais e da sociedade civil, alimentou uma esperança na sociedade brasileira no sentido de reverter essa situação de controle político absoluto do poder executivo. A sua regulamentação só ocorreu por meio da Lei n. 8.389, de 30 de dezembro de 1991 (38). E até hoje ela ainda não se encontra em pleno funcionamento, além do que novas concessões não têm acontecido nos últimos quatro anos.

Para ilustrar como se processou o número de concessões concedidas pelo Governo Federal, apresentaremos os dados de um quadro elaborado por Anamaria Fadul (34), onde se constata que foi nos governos militares e sobretudo no de José Sarney que ocorreu o maior número de concessões de rádios e televisões, muitas das quais destinadas aos políticos que aprovaram a prorrogação de seu mandato para mais um ano. De 1956 a 1974 foram concedidas 57 emissoras de TV. Daí para frente, os números crescem: de 1974 a 1979 (Governo Geisel), 303 rádios e 47 TVs; de 1979 a 1985 (Governo Figueiredo), 614 e 46, respectivamente; de 1985 a 1990 (Governo Sarney), 1.160 e 90.

A Regulamentação da TV a Cabo

A regulamentação da TV a Cabo no Brasil é recente. Desde 1991, houve muitas negociações, entre o empresariado de Comunicação, partidos políticos e o Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação, liderado pela **Fenaj** - Federação Nacional dos Jornalistas. Assim chegou-se a um acordo do Substitutivo do deputado Koyu Iha (PSDB-SP) ao Projeto de Lei n. 2.120/91, do deputado Tildeu Santiago (PT-MG). O desfecho positivo foi sua aprovação pela Câmara dos Deputados, em 1 de outubro de 1994, pelo Senado Federal, em dezembro seguinte, e sua sanção sem veto pelo Presidente da República Fernando Henrique Cardoso, em 6 de janeiro de 1995. Tal aprovação representa uma avaliação muito positiva dos resultados do bem-sucedido processo de negociação entre as partes já mencionadas, pois envolveu análises de mais de dez entidades voltadas direta ou indiretamente para o setor e obtiveram-se grandes conquistas. Durante as negociações foram suspensas novas concessões e as 101 concedidas à revelia de políticas públicas, amparadas apenas na Portaria 250, de 13/12/89, terão que ser regularizadas. A lei garante canais básicos de utilização gratuita, como o comunitário, e o acesso a qualquer pessoa jurídica de direito privado que tenha como principal atividade a prestação desse serviço, além de muitos outros dispositivos (40).

O mercado de TV a Cabo no Brasil ainda é virgem se comparado com o dos Estados Unidos. "Nos estados Unidos há 56 milhões de lares usuários de TV a cabo, com movimentação anual de negócios na faixa de US\$ 30 bilhões, segundo dados do Ministério das Comunicações. No Brasil não atinge a 0,5 % dos domicílios com aparelho de TV. O potencial de mercado,

estimado de forma conservadora, prevê que aqui, nos primeiros anos de oferta, possa haver cerca de três milhões de assinaturas, movimentando negócios de US\$ 60 milhões a US\$ 210 milhões" (41).

3. O sistema brasileiro de comunicação de massa: características e panorama da mídia impressa e eletrônica

Características

O sistema de comunicação de massa no Brasil se caracteriza como um setor predominantemente privado-comercial, sustentado por empresas anunciantes com a intermediação das agências de publicidade e propaganda e conta também com o apoio e respaldo do Estado no controle legal, na concessão de canais de radiodifusão e na autorização para o funcionamento de jornais e de outros segmentos do setor da indústria de comunicação.

As indústrias culturais, envolvendo a mídia impressa e eletrônica, podem ser consideradas hoje como altamente competentes e competitivas. É um setor que mais se desenvolveu nos últimos anos, atingindo um nível de qualidade tecnológica comparável ao de países do Primeiro Mundo. São regidas por mecanismos de mercado como todas as outras esferas de produção.

Uma das características marcantes, que contraria os princípios democráticos de distribuição e acesso da sociedade ao controle e à exploração dos serviços de comunicação, é a concentração da propriedade em 11 grupos, na sua maioria de famílias que dominam a comunicação no País. Esses grupos formam verdadeiros oligopólios, explorando e controlando a produção da comunicação nos mais variados segmentos (Televisão, Rádio, Jornais, Revistas, Vídeo, Discos, Livros, etc.), além da diversificação em outros ramos de produtos ou serviços. São organizações que, na sua maioria, se transmitem hereditariamente: Rede Globo-Organizações Roberto Marinho (Família Marinho); SBT - Sistema Brasileiro de Televisão/Grupo Sílvio Santos (Família Abranavel); Rede Bandeirantes (Família Saad); RBS - Rede Brasil Sul (Família Sirotsky); Rede Manchete (Família Bloch); Grupo Abril (Família Civita); Grupo OESP - O Estado de São Paulo (Família Mesquita); Grupo Folha (Família Frias); sistema Jornal do Brasil (Família Brito); Rede Record/Grupo Edir Macedo (Igreja Universal do Reino de Deus); e CNT-Central Nacional de Televisão (Família Martinez), co-ligada com a Rede Gazeta (SP).

Além desses grupos, existem outros "grupos familiares" que operam, como seus afiliados, em diferentes regiões brasileiras. Na verdade, de acordo com Juarez Bahia, "uma exceção é o 'império Chateaubriand', que

antes de desaparecer foi legado a um condomínio de participação e controle chamado pelo doador de "família associada" (42).

Em relação às Rádios e TVs, oito grupos e famílias dividem entre si o domínio no território nacional, como demonstra uma reportagem da Folha de S. Paulo do dia 12 de junho de 1994. O número de concessões de TVs, incluindo redes nacionais e regionais (afiliados) apresenta a seguinte situação: Rede Globo: 17; RBS - Região Sul: 14; Bandeirantes: 9; Grupo Câmara, Região Centro-Oeste: 7; Manchete: 5; TV do Amazonas, Norte: 5; Grupo Zahran, Mato Grosso e Mato Grosso do Sul: 4; Condomínio associados: 3; e Grupo Verdes Mares, Ceará: 1. E o de Rádios se mostra assim: Rede Bandeirantes: 21; RBS: 21; Rede Globo: 20; Grupo Câmara: 13; Condomínio Associados: 9; Grupo Manchete: 6; Grupo Verdes Mares: 5; TV do Amazonas: 4; e Grupo Zahran: 2.

O ranking das maiores concessionárias de Televisão e Rádio, segundo o cadastro do Ministério das Comunicações, está assim distribuído: 1. Rede Globo; 2. SBT; 3. Manchete; 4. Bandeirantes; 5. RBS; 6. Condomínio Associados; 7. Grupo Câmara; 8. Grupo TV do Amazonas; 9. Grupo Zahran; 10. Grupo Verdes Mares (43).

Outra característica que podemos detectar no sistema de comunicação no Brasil é a ligação de ex-presidentes, governadores e parlamentares federais com os meios de comunicação de massa, per meio da obtenção de concessões de rádio e televisão, principalmente antes da promulgação da Constituição de 1988, conforme já mencionamos anteriormente.

De acordo com levantamentos já realizados por Universidades, pelo Fórum de Democratização da Comunicação, coordenado pela **Fenaj** e por reportagens, é realmente surpreendente o número de políticos que são proprietários ou arrumam "testas de ferro" para responder nominalmente por outras emissoras. Dessa forma há um grande número de políticos que dispõem desses meios para atingir seus objetivos de deter uma emissora de comunicação em suas mãos, usando-a politicamente em suas bases eleitorais, sobretudo nas regiões norte e nordeste do País.

A legislação em vigor proíbe a concentração de mercado, estabelecendo que nenhuma entidade ou pessoa poder ter participação em mais de dez emissoras de TV. No entanto, isso não vem sendo respeitado. "Os oligopólios se formaram através de uma brecha deixada na lei. Ela fixou os limites por entidade e por acionista, mas não previu um artifício simples: o registro de concessões em nome de empresas diferentes e de vários membros de família" (44). Daí o abuso e as saídas encontradas pelos proprietários das emissoras de rádio e televisão no Brasil. Só para exemplificar, a Rede Globo, por meio de Roberto Marinho e seus três filhos, ultrapassa em quase duas vezes o limite de participação em emissoras de UHF.

Quanto ao sistema público de comunicação de massa no País, este é precário e completamente limitado. Se fizermos um estudo comparativo entre o sistema de comunicação privado do Brasil e a rede pública (Rádios e TVs educativas), iremos comprovar que esta é incipiente e não tem condições de competir, com exceção da TV Cultura de São Paulo, que

alcança hoje um nível de qualidade de programação surpreendente. Mas ela não é uma TV do Estado, pois é independente; embora subsidiada pelo Estado de São Paulo, é mantida pela Fundação Padre Anchieta.

No contexto do sistema brasileiro de comunicação de massa registra-se ainda a recente decisão do Grupo Independente de Comunicações, de Barretos, no interior de São Paulo, por meio do seu presidente e empresário, João Monteior de Barros Filho, e da CNBB - Conferência Nacional dos Bispos do Brasil, juntamente com as emissoras católicas. Trata-se do projeto Brasil Sat, envolvendo a Rede Católica de Rádio (RCR) e a Rede Vida de Televisão (RVT) que serão implantadas pelo **Inbracc** - Instituto Brasileiro de Comunicação Cristã, instituído por D. Luciano Mendes de Almeida e por aquele mesmo empresário, entre outros, para promover a Comunicação Social.

A RCR - Rede Católica de Rádio, depois de muitos estudos e considerações, foi fundada no dia 10 de novembro de 1994. Ela tem como objetivo geral "reunir emissoras católicas e outras para evangelizar. Principalmente através de uma programação informativa e formativa, transmitida via satélite e colocada no ar para as emissoras (e por elas)". Na prática, 60 emissoras já aderiram ao projeto (45).

A RVT - Rede Vida de Televisão tem início de operação marcado para março de 1995. Com sede em São José do Rio Preto, pretende ser, em cinco anos, a maior emissora de TV a serviço da Igreja Católica no mundo. Operando em VHF, nesse prazo ela deverá estar usando satélite da Embratel para transmissão nacional, com estações repetidoras em todas as capitais brasileiras e sedes de bispado. Ela terá programação diversificada, para crianças, jovens e famílias, com jornalismo e também novelas, minisséries e filmes, mas sem a preocupação de concorrer com outras emissoras. Será de "inspiração católica". "Para telejornais, a orientação é de grande fidelidade às exigências éticas na política, além da busca de uma fotografia fiel da realidade" (46).

Panorama da mídia impressa e eletrônica

1. Jornal

Os jornais brasileiros passaram nos últimos anos por uma vigorosa modernização, tanto do ponto de vista editorial quanto do publicitário.

O uso da cor, grande agilidade empresarial e adoção de estratégias de marketing e de publicidade possibilitaram o aumento de circulação e de número de leitores, colocando-o em segundo lugar na mídia brasileira, depois da TV.

Com base em dados de 1994 (47), o Brasil possui hoje um total de 2.424 títulos de jornais, assim distribuídos por regiões: Norte: 41; Nordeste: 123; Sudeste: 1.706; Sul: 410; e Centro-Oeste: 144. Nas capitais e na Grande São Paulo, são 91 diários.

Os dez jornais de maior circulação são, por ordem de tiragem: Folha de S. Paulo (São Paulo, SP), O Globo (Rio de Janeiro, RJ), O Estado de S. Paulo (São Paulo, SP), O Dia (Rio de Janeiro, RJ), Jornal do Brasil (Rio de Janeiro, RJ), Zero Hora (Porto Alegre, RS), Diário Popular (São Paulo, SP), Jornal da Tarde (São Paulo, SP), Notícias Populares (São Paulo, SP), Estado de Minas (Belo Horizonte, MG).

Os quatro principais jornais, de cobertura nacional (Folha de S. Paulo, O Globo, O Estado de S. Paulo e Jornal do Brasil), são considerados como uma síntese da grande imprensa brasileira e classificados como "de prestígio". Esses grandes diários, de acordo com Carlos Eduardo Lins da Silva, "sob forte influência norteamericana, alcançaram o atual estágio de excelência que os coloca muito à frente de todos os seus parceiros na América Latina" (48).

2. Revista

A revista constitui outro segmento muito importante da mídia impressa brasileira. Atingindo categorias e gêneros dos mais diversificados, desde o de interesse geral até o de menor interesse específico, cobre todo o território nacional.

O Brasil possui hoje 896 títulos de revista, assim distribuídos, pelos dez maiores gêneros, segundo o Anuário de Mídia 93/94: Guias e Listas: 81; Infante-Juvenis: 58; Diversos: 43; Turismo, Camping e Lazer: 36; Economia e Finanças: 35; Interesse Geral e Atualidades: 35; Médicas: 34; Agropecuária: 32; Construção: 24; e Indústria em geral: 23.

As revistas de interesse geral e atualidades consideradas como mais importantes e maiores com periodicidade semanal são: Veja, Isto É, Manchete e Caras; quinzenal: Exame mensal; Carta Capital. A de maior circulação é Veja, que alcançou, no ano de 1993, a tiragem de 760 mil exemplares.

3. Televisão

A televisão brasileira é hoje a mídia de massa mais importante e funciona como direcionadora dos assuntos tratados posteriormente na imprensa escrita e falada. Possui alto nível de qualidade técnica, que a coloca em um patamar das melhores do mundo.

O total de emissoras é de 349, sendo 299 exibidoras e 50 retransmissoras, assim distribuídas pelas diversas redes: Rede Globo: 85; SBT - Sistema Brasileiro de Televisão: 73, com 10 retransmissoras; Rede Bandeirantes: 37, com 35 retransmissoras; Rede Manchete de Televisão: 36, com 5 retransmissoras; Rede Record de Televisão: 13; Central Nacional de Televisão: 18; Educativas: 20; e UHF: 17.

O total de domicílios com TV no País é de 31.100 mil, sendo que em cada região os números são os seguintes: Norte: 1.214,8 mil; Nordeste: 6.403,2 mil; Sudeste: 15.789,4 mil; Centro-Oeste: 2.040,6 mil; e Sul: 5.652,0 mil (50).

Em relação à Televisão Segmentada, as emissoras em operação são: MTV (Music Television), TVA Brasil, Globosat, TV Jovem Pan, TV Noval Litoral (Santos, SP), TV Metropolitana (Sorocaba, SP), TV Ype-Japan, TV Alphaville (São Paulo) e TV Alpha (São Paulo) (51).

4. Rádio

O rádio, efetivamente, é o meio que consegue cobrir todo o território nacional. O número de emissoras comerciais AM e FM que operam nas capitais e nos estados do País soma um total de 3096.

As principais redes de rádio AM/FM são L & C, Rede Bandeirantes, Antena 1, Rede Transamérica, Rede Lider, Rede Atlanta - RBS, Rede Manchete, Jovem Pan FM, CBN e Scala.

O número de domicílios brasileiros com rádio, em 1994, alcançou a cifra de 34.052,4 mil, assim distribuídos pelas regiões: Norte: 1.747,5 mil; Nordeste: 8.208,5 mil; Sudeste: 16.131,0 mil; Sul: 5.704,9 mil; e Centro-Oeste: 2.260,5 mil (52).

5. Cinema

O cinema, enquanto mídia, está passando por grandes mudanças no Brasil. Associado aos Shopping Centers, os quais fazem parte da cultura urbana para o lazer, o cinema passa a ser visto sob outra ótica, apesar de todos os problemas que vem enfrentando nos últimos anos.

Três grandes empresas exibidoras disciplinam a comercialização em todo o País, para um total de 411 salas (53): Promocine, com 257 salas; Alvorada, com 40; e Cinemídia, com 192.

6. Outdoor

O meio outdoor também oferece diversas possibilidades e alternativas de mídia nos mercados brasileiros. O número de locais para exibição é hoje de 11.980 e o número de cartazes, de 25.125, sendo que a predominância do número de locais (5.793) e de cartazes (13.230) é da Região Sudeste. Nas demais regiões, a distribuição é a seguinte: Nordeste: 2.552 locais e 5.086 cartazes; Sur: 2.470 locais e 4.676 cartazes; Centro-Oeste: 639 locais e 1.187 cartazes (54).

Finalmente, com base em dados de 1994, elaborados pelo Grupo de Mídia de São Paulo (55), cuja fonte é a mais atualizada de que dispomos para este trabalho, podemos sintetizar assim o número de veículos da mídia impressa e eletrônica brasileira. Jornais, por título: 2.424; Principais diários: 91; Revistas, por título de gêneros: 896, Televisão, por número de emissoras em VHS: 349; Televisão segmentada (Sistema UHF/SHF e a

cabo): 10; Rádio, por número de emissoras comerciais: 3.096; cinema, por salas exibidoras: 411; Outdoor, por número de locais/número de cartazes: 11.980/25.125.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- (1) ANZOLA, PATRÍCIA. *Beltrán: No renunciemos jamás a la utopía*. Chasqui, 2 (3): 6-13. Quito, Ciespal.
- (2) Esses autores publicaram seus trabalhos em forma de coletâneas e artigos em revistas; aqueles que abordaram mais os aspectos de legislação o fizeram em forma de livros.
- (3) BRASIL, CONSTITUIÇÃO. *Constituições do Brasil: de 1824, 1891, 1934, 1937, 1947 e 1967 e suas alterações*. Brasília, Senado Federal, Subsecretaria de Edições Técnicas, 1986.
- (4) SODRÉ, NELSON WERNECK. *Síntese de história da cultura brasileira*. 13a. edição, São Paulo, Difel, 1985, p.4.
- (5) COSTELLA, ANTONIO F. *O controle da informação no Brasil*. Rio de Janeiro, Vozes, 1970, pp. 19-29.
- (6) Idem, ibidem, pp. 21-22.
- (7) Idem, ibidem, p. 38.
- (8) Idem, ibidem, p. 48. Há transcrição do decreto e comentário do autor.
- (9) Idem, inidem, pp. 74-92.
- (10) SILVA, HÉLIO E CARNEIRO, MARIA CECÍLIA RIBAS. *O Governo provisório 1931-1933*. Editora Três, 1975, pp. 72-73.
- (11) PINTO, VIRGÍLIO NOYA. *Comunicação e cultura brasileira*. São Paulo, Ática-Série Princípios, 1986, p.22.
- (12) COSTELLA, ANTONIO. F. Op. cit., pp. 49-95.
- (13) BRASIL, CONSTITUIÇÃO. Op. cit., pp. 141-142, 169-170 e 174.
- (14) Idem, ibidem, pp. 213-215.
- (15) ERBOLATO, MÁRIO L. *A censura à imprensa durante o Estado Novo*. In Comunicarte 4, Instituto de Artes e Comunicação da PUCCAMP, 2. semestre de 1984, p. 135. O autor faz um estudo completo sobre o tema, dentro do contexto nacional e internacional da 2a. Guerra Mundial, por meio de uma retrospectiva dos fatos mais importantes.
- (16) FARO, JOSÉ S. *A comunicação populista no Brasil: do DIP à Secom*. In MELO, JOSÉ MARQUES DE (org). *Populismo e comunicação*. São Paulo, Cortez Editora/Intercom, 1981.
- (17) BRASIL, CONSTITUIÇÃO. Op. cit., pp. 262, 286 e 290.
- (18) COSTELLA, ANTONIO F. Op. cit., pp. 127-128.
- (19) Idem, ibidem, pp. 119-121. O autor comenta detalhes sobre o conteúdo e as reações frente a essa nova lei.
- (20) Idem, ibidem, pp. 128-131. ANTONIO COSTELLA, em outro livro (*Direito da Comunicação*, São Paulo, Ed. Revista dos Tribunais, 1976), às pp. 29-33, reproduz na íntegra o Código Brasileiro de Telecomunicações.
- (21) Os dois autores seguintes analisam essa determinante da política de comunicação adotada pelo Governo Militar; MARQUES DE MELO, JOSÉ. *Comunicação: direito à informação*. Campinas, Papyrus, 1986, p. 30; FADUL, ANAMARIA. *Comunicação, cultura e informática no Brasil: desafios atuais*. In *Revista Brasileira de Comunicação*. São Paulo, Intercom, ano XII, n. 61, julho a dezembro de 1989, pp. 14-15.
- (22) SKIDMORE, THOMAS E. *Brasil: de Castelo a Tancredino*, 1964-1985. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1988, p. 221.

- (23) BRASIL, CONSTITUIÇÃO. Op. cit., pp. 392 e 398.
- (24) Idem, ibidem, pp. 403-407.
- (25) SKIDMORE, THOMAS E. Op. cit., pp. 315-401.
- (26) Idem, ibidem, pp. 409-487.
- (27) AMORIM, JOSÉ SALOMÃO D. "Políticas de comunicação no Brasil: evolução e impasse". In GOMES, PEDRO GILBERTO e PIVA, MARIA CRUZ (orgs.). **Políticas de comunicação: participação popular**. São Paulo, Paulinas/UCBC, 1988, pp. 28-31. Em entrevista à Revista Carta Capital (São Paulo, Carta Editorial Ltda, setembro de 1994, n. 2, p. 20), Antonio Carlos Magalhães respondeu assim, quando perguntado por que havia escolhido a Pasta das Comunicações: "*Achava que era importante. Ai tem um ponto que é muito positivo. Eu sabia que seria um ministério forte. Ocupado por um político atuante, seria forte, e de fato o foi. O Tancredo gostou da minha escolha. Também por minhas relações de amizade com Roberto Marinho e ele queria agradar ao Roberto Marinho. E há um aspecto muito digno na personalidade de Roberto Marinho. É que o Tancreto pediu ao Roberto, depois de ter acertado comigo, para ele me convidar. Ele se recusou - disse que isso diminuiria minha autoridade*".
- (28) BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil**. 3a. ed. São Paulo, Saraiva, 1988, pp. 98-99.
- (29) BRASIL, Presidência da República. Secretaria de Imprensa e Divulgação. **Legislação Brasileira de Comunicação Social**. 2a. ed. Brasília, 1984, 84 páginas.
- (30) COSTELLA, ANTONIO F. **O controle da informação no Brasil**. Op. cit. **Direito da comunicação**. Op. cit.
- NOBRE, FREITAS. **Lei da informação**. São Paulo, Saraiva, 1968.
- Imprensa e liberdade: os princípios constitucionais e a nova legislação**. São Paulo, Summus, 1988.
- Comentários à lei de imprensa**. São Paulo, Saraiva, 1989. Edição atualizada com constitucional de 5/10/88.
- PEREIRA, MOACIR. **Imprensa: um compromisso com a liberdade**. Florianópolis, Lunardelli/UFSC, 1979.
- Imprensa: um caminho para a liberdade**. Florianópolis, Lunardelli/UFSC, 1980.
- FEDER, JOÃO. **Da extinção da pena de prisão nos crimes de imprensa**. Curitiba, 1965. (Tese de doutorado).
- Crimes da comunicação social**. São Paulo, Ed. Revista dos Tribunais, 1987.
- MIRANDA, DARCY ARRUDA. **Comentários à lei de imprensa**. São Paulo, Ed. Revista dos Tribunais, 1969.
- (31) BRASIL, Ministério das Comunicações. **Anuário 1984**. Reproduz o Código Brasileiro de Telecomunicações com as posteriores complementações e modificações, a legislação do serviço postal e do serviço de telegrama. Aborda a política do Ministério das Comunicações no campo da tecnologia, da indústria, da pesquisa e do desenvolvimento.
- (32) BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil**. Op. cit., p. 20.
- (33) Para maiores detalhes sobre o referido debate, consultar: SIQUEIRA, ETHEVALDO et alii. **Telecomunicações - privatização ou caos**. São Paulo, Tele Press, 1993; BARROS, JORGE PEDRO DALLEDONNE (org.). **Telecomunicações: verdade suada x mentira orquestrada**. São Paulo, Paz e Terra, 1994.
- (34) SIQUEIRA, ETHEVALDO. "*Fernando Henrique promete uma revolução*" e "*Proposta de governo é cautelosa e prudente*" (extraído do livro "*Mãos à obra*", programa de campanha). In **RNT - Revista Nacional de Telemática**. São Paulo, Tele Press, ano XVI, n. 183, novembro de 1994, p. 22.
- (35) Para compreender a evolução e o crescimento das telecomunicações no Brasil, além das publicações oficiais do Ministério das Comunicações e das empresas estatais do setor, são interessantes os estudos feitos, em forma de dissertação de mestrado, de Luiz Nogueira, Aloísio de França Rocha Filho Alceu Antonio de Costa.
- NOGUEIRA, LUIZ. **O Brasil e sua política de telecomunicação**. São Paulo, ECA-USP, 1978. (Dissertação de mestrado).
- ROCHA FILHO, ALOÍSIO DE FRANÇA. **Comunicação de massa e estado: televisão**

e política de telecomunicações (1950-1975). São Paulo, ECA-USP, 1981. (Dissertação de mestrado).

DA COSTA, ALCEU ANTONIO. **O desenvolvimento das telecomunicações no contexto econômico e político brasileiro.** São Bernardo do Campo, IMS, 1986. (Dissertação de mestrado).

(36) RNT - Revista Nacional de Telemática. *"Telebrás prepara-se para a competição"*. Idem, ibidem, p. 24.

(37) BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil.** Op. cit., pp. 98-99.

(38) A Lei n. 8.389, de 30 de dezembro de 1991, determina as atribuições do Conselho de Comunicação, como órgão auxiliar do Congresso Nacional, sendo sua composição formada por representantes do empresariado, de profissionais e da sociedade civil.

(39) FADUL, ANAMARIA. **Panorama do rádio e da televisão no Brasil (1990-1992).** São Paulo, novembro de 1993. Relatório de pesquisa, p. 21 (Mimeo).

(40) Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação, liderado pela Fenaj - Federação Nacional dos Jornalistas, produziu vários documentos (Fax fórum), onde não só reproduz a íntegra do Projeto de Lei, do Substitutivo etc. como também detalha todo o trabalho desenvolvido durante o processo de negociação.

Jornal Gazeta Mercantil, 20 de outubro de 1994.

Jornal O estado de S. Paulo, 7 de janeiro de 1995.

(41) Jornal Gazeta Mercantil, 20 de outubro de 1994, p. 3.

(42) BAHIA, JUAREZ. **Jornal, história da imprensa brasileira.** São Paulo, Ática, 1990, p. 243.

(43) Jornal Folha de S. Paulo, 12 de junho de 1994, pp. 1/17-18.

(44) Idem, ibidem, p. 17.

(45) UCBC-UNDA/BR. Boletim da União Cristã Brasileira de Comunicação Social e da Associação de Radiodifusão Católica do Brasil. São Paulo, dezembro de 1994, p.3.

Entrevista com a Pe. César Moreira CSSR, presidente da UNDA/BR e da Associação de Radiodifusão Católica do Brasil.

(46) Jornais O Estado de S. Paulo, 22 de fevereiro de 1994, e Folha de S. Paulo, 23 de janeiro de 1995.

(47) GRUPO DE MÍDIA DE SÃO PAULO. **Mídia - dados de 1994.** São Paulo, Grupo de Mídia, pp. 78-80.

(48) SILVA, CARLOS EDUARDO LINS DA. **O adiantado da hora: a influência americana sobre o jornalismo brasileiro.** São Paulo, Summus, 1991, p. 147.

(49) GRUPO DE MÍDIA. Op. cit., p. 56.

(50) Idem, ibidem, p. 38.

(51) Idem, ibidem, pp. 47-48.

(52) Idem, ibidem, p. 69.

(53) Idem, ibidem, p. 89.

(54) Idem, ibidem, p. 96.

(55) Op. cit.