



VITOR PEREIRA DE ALMEIDA  
RICARDO MATOS DE ARAÚJO RIOS  
(ORGANIZADORES)

**ESTUDOS CONTEMPORÂNEOS  
INTERDISCIPLINARES  
EM LEGISLAÇÃO DE MÍDIA  
E A COMUNIDADE DOS PAÍSES DE  
LÍNGUA PORTUGUESA**

 **Atena**  
Editora  
Ano 2022



VITOR PEREIRA DE ALMEIDA  
RICARDO MATOS DE ARAÚJO RIOS  
(ORGANIZADORES)

**ESTUDOS CONTEMPORÂNEOS  
INTERDISCIPLINARES  
EM LEGISLAÇÃO DE MÍDIA  
E A COMUNIDADE DOS PAÍSES DE  
LÍNGUA PORTUGUESA**

 **Atena**  
Editora  
Ano 2022

**Editora chefe**

Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

**Editora executiva**

Natalia Oliveira

**Assistente editorial**

Flávia Roberta Barão

**Bibliotecária**

Janaina Ramos

**Projeto gráfico**

Camila Alves de Cremo

Daphynny Pamplona

Gabriel Motomu Teshima

Luiza Alves Batista

Natália Sandrini de Azevedo

**Imagens da capa**

Envato Elements

**Capa e Edição de arte**

Ricardo Matos de Araújo Rios

Luiza Alves Batista

2022 by Atena Editora

Copyright © Atena Editora

Copyright do texto © 2022 Os autores

Copyright da edição © 2022 Atena Editora

Direitos para esta edição cedidos à Atena Editora pelos autores.

*Open access publication* by Atena Editora



Todo o conteúdo deste livro está licenciado sob uma Licença de Atribuição *Creative Commons*. Atribuição-Não-Comercial-NãoDerivativos 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0).

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores, inclusive não representam necessariamente a posição oficial da Atena Editora. Permitido o *download* da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

Todos os manuscritos foram previamente submetidos à avaliação cega pelos pares, membros do Conselho Editorial desta Editora, tendo sido aprovados para a publicação com base em critérios de neutralidade e imparcialidade acadêmica.

A Atena Editora é comprometida em garantir a integridade editorial em todas as etapas do processo de publicação, evitando plágio, dados ou resultados fraudulentos e impedindo que interesses financeiros comprometam os padrões éticos da publicação. Situações suspeitas de má conduta científica serão investigadas sob o mais alto padrão de rigor acadêmico e ético.

**Conselho Editorial****Ciências Humanas e Sociais Aplicadas**

Prof. Dr. Adilson Tadeu Basquerote Silva – Universidade para o Desenvolvimento do Alto Vale do Itajaí

Prof. Dr. Alexandre de Freitas Carneiro – Universidade Federal de Rondônia

Prof. Dr. Alexandre Jose Schumacher – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Paraná

Prof. Dr. Américo Junior Nunes da Silva – Universidade do Estado da Bahia

Profª Drª Ana Maria Aguiar Frias – Universidade de Évora



Prof<sup>o</sup> Dr<sup>a</sup> Andréa Cristina Marques de Araújo – Universidade Fernando Pessoa  
Prof. Dr. Antonio Carlos da Silva – Universidade Católica do Salvador  
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná  
Prof. Dr. Antonio Gasparetto Júnior – Instituto Federal do Sudeste de Minas Gerais  
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília  
Prof. Dr. Arnaldo Oliveira Souza Júnior – Universidade Federal do Piauí  
Prof. Dr. Carlos Antonio de Souza Moraes – Universidade Federal Fluminense  
Prof. Dr. Crisóstomo Lima do Nascimento – Universidade Federal Fluminense  
Prof<sup>o</sup> Dr<sup>a</sup> Cristina Gaio – Universidade de Lisboa  
Prof. Dr. Daniel Richard Sant’Ana – Universidade de Brasília  
Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia  
Prof<sup>o</sup> Dr<sup>a</sup> Dilma Antunes Silva – Universidade Federal de São Paulo  
Prof. Dr. Edvaldo Antunes de Farias – Universidade Estácio de Sá  
Prof. Dr. Elson Ferreira Costa – Universidade do Estado do Pará  
Prof. Dr. Eloi Martins Senhora – Universidade Federal de Roraima  
Prof. Dr. Gustavo Henrique Cepolini Ferreira – Universidade Estadual de Montes Claros  
Prof. Dr. Humberto Costa – Universidade Federal do Paraná  
Prof<sup>o</sup> Dr<sup>a</sup> Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionale delle Figlie de Maria Ausiliatrice  
Prof. Dr. Jadilson Marinho da Silva – Secretaria de Educação de Pernambuco  
Prof. Dr. Jadson Correia de Oliveira – Universidade Católica do Salvador  
Prof. Dr. José Luis Montesillo-Cedillo – Universidad Autónoma del Estado de México  
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense  
Prof. Dr. Kárpio Márcio de Siqueira – Universidade do Estado da Bahia  
Prof<sup>o</sup> Dr<sup>a</sup> Keyla Christina Almeida Portela – Instituto Federal do Paraná  
Prof<sup>o</sup> Dr<sup>a</sup> Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins  
Prof<sup>o</sup> Dr<sup>a</sup> Lucicleia Barreto Queiroz – Universidade Federal do Acre  
Prof. Dr. Luis Ricardo Fernandes da Costa – Universidade Estadual de Montes Claros  
Prof. Dr. Lucio Marques Vieira Souza – Universidade do Estado de Minas Gerais  
Prof<sup>o</sup> Dr<sup>a</sup> Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte  
Prof<sup>o</sup> Dr<sup>a</sup> Marianne Sousa Barbosa – Universidade Federal de Campina Grande  
Prof. Dr. Marcelo Pereira da Silva – Pontifícia Universidade Católica de Campinas  
Prof<sup>o</sup> Dr<sup>a</sup> Maria Luzia da Silva Santana – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul  
Prof. Dr. Miguel Rodrigues Netto – Universidade do Estado de Mato Grosso  
Prof. Dr. Pedro Henrique Máximo Pereira – Universidade Estadual de Goiás  
Prof. Dr. Pablo Ricardo de Lima Falcão – Universidade de Pernambuco  
Prof<sup>o</sup> Dr<sup>a</sup> Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Prof<sup>o</sup> Dr<sup>a</sup> Rita de Cássia da Silva Oliveira – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Prof. Dr. Rui Maia Diamantino – Universidade Salvador  
Prof. Dr. Saulo Cerqueira de Aguiar Soares – Universidade Federal do Piauí  
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará  
Prof<sup>o</sup> Dr<sup>a</sup> Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande  
Prof<sup>o</sup> Dr<sup>a</sup> Vanessa Ribeiro Simon Cavalcanti – Universidade Católica do Salvador  
Prof. Dr. William Cleber Domingues Silva – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro  
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins



# Estudos contemporâneos interdisciplinares em legislação de mídia e comunidade

**Diagramação:** Gabriel Motomu Teshima  
**Correção:** Yaiddy Paola Martinez  
**Indexação:** Amanda Kelly da Costa Veiga  
**Revisão:** Os autores  
**Organizadores:** Vitor Pereira de Almeida  
Ricardo Matos de Araújo Rios

## Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

E82 Estudos contemporâneos interdisciplinares em legislação de mídia e comunidade / Organizadores Vitor Pereira de Almeida, Ricardo Matos de Araújo Rios. – Ponta Grossa - PR: Atena, 2021.

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

402 p., il.

ISBN 978-65-5983-877-6

DOI: <https://doi.org/10.22533/at.ed.776220802>

1. Legislação. 2. Mídia. 3. Comunidade. 4. Língua portuguesa. I. Almeida, Vitor Pereira de (Organizador). II. Rios, Ricardo Matos de Araújo (Organizador). III. Título.

CDD 348

Elaborado por Bibliotecária Janaina Ramos – CRB-8/9166

**Atena Editora**  
Ponta Grossa – Paraná – Brasil  
Telefone: +55 (42) 3323-5493  
[www.atenaeditora.com.br](http://www.atenaeditora.com.br)  
[contato@atenaeditora.com.br](mailto:contato@atenaeditora.com.br)



**Atena**  
Editora  
Ano 2022

## DECLARAÇÃO DOS AUTORES

Os autores desta obra: 1. Atestam não possuir qualquer interesse comercial que constitua um conflito de interesses em relação ao artigo científico publicado; 2. Declaram que participaram ativamente da construção dos respectivos manuscritos, preferencialmente na: a) Concepção do estudo, e/ou aquisição de dados, e/ou análise e interpretação de dados; b) Elaboração do artigo ou revisão com vistas a tornar o material intelectualmente relevante; c) Aprovação final do manuscrito para submissão.; 3. Certificam que os artigos científicos publicados estão completamente isentos de dados e/ou resultados fraudulentos; 4. Confirmam a citação e a referência correta de todos os dados e de interpretações de dados de outras pesquisas; 5. Reconhecem terem informado todas as fontes de financiamento recebidas para a consecução da pesquisa; 6. Autorizam a edição da obra, que incluem os registros de ficha catalográfica, ISBN, DOI e demais indexadores, projeto visual e criação de capa, diagramação de miolo, assim como lançamento e divulgação da mesma conforme critérios da Atena Editora.



## DECLARAÇÃO DA EDITORA

A Atena Editora declara, para os devidos fins de direito, que: 1. A presente publicação constitui apenas transferência temporária dos direitos autorais, direito sobre a publicação, inclusive não constitui responsabilidade solidária na criação dos manuscritos publicados, nos termos previstos na Lei sobre direitos autorais (Lei 9610/98), no art. 184 do Código penal e no art. 927 do Código Civil; 2. Autoriza e incentiva os autores a assinarem contratos com repositórios institucionais, com fins exclusivos de divulgação da obra, desde que com o devido reconhecimento de autoria e edição e sem qualquer finalidade comercial; 3. Todos os e-book são *open access*, *desta forma* não os comercializa em seu site, sites parceiros, plataformas de *e-commerce*, ou qualquer outro meio virtual ou físico, portanto, está isenta de repasses de direitos autorais aos autores; 4. Todos os membros do conselho editorial são doutores e vinculados a instituições de ensino superior públicas, conforme recomendação da CAPES para obtenção do Qualis livro; 5. Não cede, comercializa ou autoriza a utilização dos nomes e e-mails dos autores, bem como nenhum outro dado dos mesmos, para qualquer finalidade que não o escopo da divulgação desta obra.



## AGRADECIMENTOS

Os autores agradecem às suas famílias, amigos e cônjuges. Sem eles e o apoio, carinho e companheirismo seria impossível a viabilização dessa obra. Nominalmente, agradecimentos especiais a Igor Delgado de Melo, Jacqueline e José Ricardo Rios, Marlene das Graças Pereira de Almeida, Vander Henriques de Almeida, Geralda Martins Pereira, Luciana Martins Vilela e Raphaella Gomes de Lima.

Os autores agradecem ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora, onde estão cursando Doutorado em Comunicação.

Agradecem, também, a todos os professores que auxiliaram nesta jornada de doutoramento, especialmente à Professora Doutora Sonia Virginia Moreira, ao Professor Doutor Paulo Roberto Figueira Leal, ao Professor Doutor Luiz Ademir de Oliveira, ao Professor Doutor Márcio de Oliveira Guerra, ao Professor Doutor Francisco José Paoliello Pimenta, à Professora Doutora Iluska Maria da Silva Coutinho e à Professora Doutora Gabriela Borges Martins Caravela. Em especial, agradecem à secretária do Programa, Aline Nicolette Pyrâmides Domingos.

Parte dos estudos aqui apresentados foi realizada com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Código de Financiamento 001. O capítulo 5 foi realizado com apoio do Programa de Bolsas de Iniciação Científica/PROBIC, do Centro Universitário Presidente Antônio Carlos (UNIPAC). Os autores gostariam de agradecer à Capes, à UFJF, ao UNIPAC e ao CNPq. This study was financed in part by the Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Finance Code 001 and the chapter 5 by PROBIC/UNIPAC. The authors would like to thank Capes, UFJF, UNIPAC and CNPq.

## APRESENTAÇÃO

Este livro reúne produções dos autores nos eixos temáticos propostos – estudos contemporâneos interdisciplinares em Legislação de Mídia e a Comunidade de Língua Portuguesa. Entendemos que os temas são de extrema pertinência para o estudo da Comunicação e suas interfaces, incluindo assuntos pouco trabalhados na academia no Brasil.

Ao olhar com a perspectiva brasileira sobre os fenômenos alvos deste livro, criamos uma nova forma e um novo modelo de análise. A centralidade do estudo é pautada no Brasil e não a partir do olhar de Portugal. Algumas vezes, os autores rechaçam o termo “estudos lusófonos”, justamente por entender que essa perspectiva partiria de uma centralidade outra, que não a intencionada.

Desejamos a todos uma ótima leitura crítica.

Vitor e Ricardo.

## SUMÁRIO

### **CAPÍTULO 1..... 1**

LEGISLAÇÃO E CONCENTRAÇÃO DE MÍDIA NO BRASIL: TRÊS DÉCADAS DE POLÍTICAS DE COMUNICAÇÃO (1988-2018)

Vitor Pereira de Almeida

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.7762208021>

### **CAPÍTULO 2..... 13**

A REGULAMENTAÇÃO DA MÍDIA NOS GOVERNOS DO PT

Vitor Pereira de Almeida

Sonia Virginia Moreira

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.7762208022>

### **CAPÍTULO 3..... 26**

OS DOIS LADOS DO ATLÂNTICO: PANORAMAS DA TV NO BRASIL, EM CABO VERDE E EM PORTUGAL

Vitor Pereira de Almeida

Ricardo Matos de Araújo Rios

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.7762208023>

### **CAPÍTULO 4..... 37**

OS DOIS LADOS DO ATLÂNTICO: PANORAMAS DO TELEJORNALISMO NO BRASIL E EM PORTUGAL

Vitor Pereira de Almeida

Ricardo Matos de Araújo Rios

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.7762208024>

### **CAPÍTULO 5..... 51**

WHEN MORALITY MEETS CANCEL CULTURE: HOW KAROL CONKÁ BECAME THE MOST HATED PERSON IN BRAZIL

Marina dos Santos Franco

Ricardo Matos de Araújo Rios

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.7762208025>

### **SOBRE OS ORGANIZADORES ..... 54**

## LEGISLAÇÃO E CONCENTRAÇÃO DE MÍDIA NO BRASIL: TRÊS DÉCADAS DE POLÍTICAS DE COMUNICAÇÃO (1988-2018)

**Vitor Pereira de Almeida**

Trabalho apresentado, em sua primeira versão, no Grupo de Pesquisa Geografias da Comunicação, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

**RESUMO:** A proposta deste artigo é discutir a evolução recente e as principais questões que marcaram a legislação em relação à concentração de mídia no Brasil. Para entender melhor a formação dos oligopólios dos meios de comunicação e suas formas de poder no país recorre-se a pesquisas bibliográficas e documentais à luz de autores como Raymond Williams, Francisco Rui Cádima e Venício Lima, entre outros. O rádio e a televisão, tema central de pesquisa desenvolvida pelo autor no PPGCOM da UFJF, chegam a mais de 90% das residências do país e grupos familiares das regiões Sul, Sudeste e Nordeste dominam esses veículos de comunicação. Este artigo destaca as principais medidas da legislação brasileira de mídia desde a Constituição de 1988 até o governo de Michel Temer, quando tem início o processo de desmonte da Empresa Brasil de Comunicação, com a edição da MP 744.

**PALAVRAS-CHAVE:** Legislação de mídia;

Concentração; Oligopólios; Desmonte da EBC.

**ABSTRACT:** The purpose of this article is to discuss recent developments and the main issues that have marked the legislation in relation to media concentration in Brazil. To better understand the formation of media oligopolies and their forms of power in the country, bibliographical and documentary research is used in the light of authors such as Raymond Williams, Francisco Rui Cádima and Venício Lima, among others. Radio and television, a central theme of research developed by the author at UFJF's PPGCOM, reach more than 90% of households in the country and family groups in the South, Southeast and Northeast regions dominate these communication vehicles. This article highlights the main measures of Brazilian media legislation from the 1988 Constitution to the government of Michel Temer, when the dismantling process of Empresa Brasil de Comunicação began, with the publication of MP 744.

**KEYWORDS:** Media legislation; Concentration; Oligopolies; Disassembly of the EBC.

### INTRODUÇÃO

O Brasil é um país com proporções continentais, o que por si só dificulta análises e torna mais trabalhoso uma comunicação plural visto que não existe acessibilidade aos veículos que produzem material audiovisual em todos os rincões do país; a produção audiovisual se encontra concentrada no eixo

sudeste-sul. A televisão, principal foco da pesquisa, e o rádio chegam a mais de 90% das residências do país e sete famílias dominam esses veículos de comunicação. Dada a concentração do setor de mídia, os grupos detentores acabam exercendo influência nas políticas destinadas à comunicação. Ao se tratar da televisão em específico, os moldes americanos de concessão foram seguidos na implantação da televisão brasileira, o que acabou por consolidar a exploração das concessões de radiodifusão por parte do Estado a grupos privados; criando o oligopólio de mídia atual. Assim, os grupos televisivos tiveram uma facilitação para concentrar grande e forte influência política, econômica e social. Durante décadas se perpetuou no país um sistema inteiramente comercial. A televisão constitui o mais importante veículo de comunicação de massas no Brasil, informação e entretenimento; mesmo com o acesso à internet se popularizando cada vez mais. Dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística revelam que 97,2% dos brasileiros tem um aparelho de televisão no lar (IBGE, 2015). Ainda, segundo a Pesquisa Brasileira de Mídia, 89% das pessoas utilizam a televisão como fonte de informação; 77% veem televisão 7 dias por semana em uma média de 3 horas e meia diárias (Pesquisa Brasileira de Mídia, 2016). Esses dados demonstram a importância e a influência do veículo de comunicação “televisão” na vida cotidiana dos brasileiros e seu poder em informar e entreter; ainda, seu potencial como agente formador de opinião. Sobre o poder da televisão, Cádima explica.

O discurso dos media é 'monumental', o que quer dizer que reflecte as estratégias de comunicação, as políticas, os dispositivos de dominação e tecnodiscursivos da época, discurso que se apresenta como legitimador de uma ordem do mundo ditada, justamente, pela televisão, pelas suas práticas e, sobretudo, pela sua instrumentalização (CÁDIMA, 2009, p.7).

Ainda que, segundo Raymond Williams, exista a apropriação do fluxo da televisão por outras plataformas, a televisão não perdeu sua importância: “Costuma-se dizer que a televisão alterou o nosso mundo” (WILLIAMS, 2016, p.01).

Em todos os sistemas de radiodifusão desenvolvidos, a organização característica é a de sequência ou fluxo. Assim, a radiodifusão é simultaneamente uma tecnologia e uma forma cultural (Williams, 2016). Essa particularidade veio de outro veículo de comunicação; o rádio, antes da televisão, era a única mídia com programação e isso produzia expectativas na audiência e um público segmentado. Cria-se, assim, o hábito de ver televisão, de aguardar sempre na mesma hora e no mesmo canal a novela, o telejornal, os programas de entretenimento.

O legado radiofônico na televisão, entretanto, não é uma peculiaridade brasileira. Embora seja comum argumentar que as televisões de países como os Estados Unidos foram inspiradas no cinema, a herança do rádio foi marcante na estruturação da televisão em várias partes do mundo, inclusive na América do Norte. O rádio, até antes da televisão, era a única mídia com programação. O que significa isso? A imprensa, a fotografia e o cinema

trabalham na lógica da eventualidade. Produzem “eventos isolados” que podem ser organizados numa coleção, numa série ou numa obra, mas não se configuram como uma programação. Este procedimento, que fixa os horários e dias para a exibição de determinados programas, produz expectativas na audiência e um público segmentado (RIBEIRO, Ana Paula G; SACRAMENTO, Igor & ROXO, Marco (orgs), 2014, p.5)

Mais que um hábito, o exercício rotineiro de assistir à televisão demonstra sua influência e seu poder frente a outros veículos. Cádima ressalta essa perspectiva ao informar que mesmo com 1% de audiência um canal da televisão pública portuguesa, RTP2, ainda sobressai a exibição de filmes (no caso em análise, veículos portugueses). O exemplo citado pelo autor nos capacita a analisar outras realidades.

Não podemos esquecer que quando um telefilme ou uma média metragem portuguesa passa na RTP2 e obtém pouco mais de 1% de audiência, isso significa que foi vista por cerca de 100 mil telespectadores – um valor que raramente um filme português atinge quando passa em sala (CÁDIMA, 2006, p.78).

Mesmo o RTP2 sendo um canal de uma TV pública, não preocupado com os índices de audiência e sim com a qualidade da informação e programação exibidas, serve como referência para demonstrar o poderio de alcance da televisão. No Brasil, percebe-se a formação de oligopólios, o que garante uma grande abrangência da televisão nos lares brasileiros. A formação de oligopólios da comunicação em um país em que a TV possui tanto poder dificulta uma informação de qualidade e o aumento da capacidade dos cidadãos em entendimento. A concentração de mídia se deu, também, por um ambiente propício à formação de oligopólios. Venício Lima ressalta esse ambiente propício à concentração.

É preciso registrar que existe no Brasil um ambiente bastante propício à concentração. A legislação do setor tem sido historicamente tímida, por intenção expressa do legislador, ao não incluir dispositivos diretos que limitem ou controlem a concentração da propriedade, o que, aliás, vai no sentido inverso do que ocorre em países como a França, a Itália e o Reino Unido, preocupados com a pluralidade e a diversidade no novo cenário da convergência tecnológica (...) Trata-se da oligopolização ou monopolização que se produz dentro de uma mesma área do setor. O melhor exemplo de concentração horizontal no Brasil continua sendo a televisão, paga ou aberta (LIMA, 2003, p.01).

Um oligopólio acontece quando poucos grupos dominam o mercado no fornecimento de algum produto específico. No Brasil, sabe-se que o oligopólio de mídia (sete famílias dominam os meios de comunicação: a família Marinho da Globo, a Abravanel (Sílvio Santos), do SBT, o Edir Macedo da Record, a família Saad da Band, a Frias da Folha de S. Paulo, a Mesquita do Estádio e a Civita da editora Abril (Veja)) domina a oferta de serviços públicos comunicacionais e influencia a comunicação no seu todo. O maior grupo detentor de audiência televisiva (a TV Globo) nasceu e cresceu no período da ditadura

militar brasileira.

Este trabalho possui natureza teórico-reflexiva, visando discutir os conceitos a seguir; os resultados são reflexões para contribuir com a discussão sobre o assunto. Passa-se agora a discutir a legislação atual brasileira a fim de tentar entender como se formou esse oligopólio de mídia e como ele formou seu poder desde a promulgação da Constituição de 1988 até o governo de Michel Temer.

## **CONSTITUIÇÃO DE 1998**

Após o fim da ditadura militar foi aprovada e promulgada a Constituição de 1988, em 5 de outubro. Ela assegurou diversas garantias constitucionais com o objetivo de dar maior efetividade aos direitos fundamentais, permitindo a participação do Poder Judiciário sempre que houver lesão ou ameaça de lesão a direitos. Toda a Constituição possui um cunho democrático frente ao antigo período da ditadura; inclusive instituindo como crimes inafiançáveis a tortura e as ações armadas contra o estado democrático e a ordem constitucional, criando assim dispositivos constitucionais para bloquear golpes de qualquer natureza. E, mais, garantindo o direito dos cidadãos ao voto, sendo apelidada como “Constituição Cidadã” (Portal de Notícias INFOESCOLA, 2016).

No que tange à comunicação, ela voltou a ser livre de censura. Mas, a Constituição prevê diversas medidas que não foram tomadas e respeitadas; inclusive a própria regulação da mídia, visto que o artigo 220 parágrafo 5º versa “Os meios de comunicação social não podem, direta ou indiretamente, ser objeto de monopólio ou oligopólio” (BRASIL, Constituição de 1988); dentre outras coisas, como a produção audiovisual televisiva dar preferência a programas educativos, regionalização da produção cultural, artística e jornalística. O não cumprimento dessas determinações acaba comprometendo a democratização da comunicação e auxilia a concentração da mídia. Uma mídia concentrada nas mãos de poucos acaba sendo instrumento de poder para usos diversos, inclusive políticos.

Partindo da Constituição de 1988, o artigo 220 diz que “a manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo não sofrerão qualquer restrição” (Constituição Federal, 1988, Capítulo V). Segundo Dirceu, o artigo

Também veda toda e qualquer censura de natureza política, ideológica e artística; proíbe o monopólio e o oligopólio nas comunicações e determina que o Estado estabeleça os meios legais para garantir a defesa de programas ou propagandas nocivas à saúde e ao meio ambiente (DIRCEU, 2012, p.1).

Já o Artigo 221 define as finalidades da programação de rádio e TV como fontes educativas, artísticas, culturais e informativas; ainda, prescreve a promoção da cultura

nacional e regional. Também determina quais princípios a produção e a programação das emissoras de rádio e televisão atenderão. O artigo 222 garante que a propriedade de empresas jornalísticas e de radiodifusão fica assegurada a brasileiros natos ou naturalizados a mais de 10 anos. O artigo 223 permite ao Poder Executivo outorgar e renovar a concessão a empresas de radiodifusão, desde que apreciadas pelo Congresso Nacional. O artigo 224 institui o Conselho de Comunicação Social como órgão auxiliar do Congresso Nacional. O texto original do artigo 222 foi alterado pela Lei 10.610, de 20 de dezembro de 2002, no governo de Fernando Henrique Cardoso. Estrangeiros e brasileiros naturalizados a menos de dez anos, desde 2002, podem deter, por intermédio de suas pessoas jurídicas constituídas sob as leis brasileiras, até 30% do capital votante e do capital total das empresas jornalísticas e de radiodifusão, assegurados aos brasileiros natos e naturalizados há mais de dez anos o controle e a elaboração da programação, da linha editorial e do conteúdo jornalístico.

Além da Constituição de 1988 faz-se necessário acompanhar os governos e as medidas tomadas por eles no quesito mídia. Passa-se a análise pormenorizada de cada governo que se sucedeu ao Regime Militar, desde o governo Sarney até o governo de Michel Temer.

## **GOVERNO DE JOSÉ SARNEY**

Antônio Carlos Magalhães (ACM) foi o comandante do Ministério das Comunicações do Governo Sarney; ao longo de todo o governo o único ministro que não foi trocado nenhuma vez foi ACM. A família Magalhães é dona da TV Bahia (afiliada da Rede Globo), de jornais e controla outras emissoras no interior do estado.

Quando Antônio Carlos Magalhães assumiu o ministério, em 1985, suspendeu as concessões de emissoras de rádio e TV autorizadas no fim do governo Figueiredo – 144 de um total de 634 – distribuídas principalmente para parlamentares fiéis ao governo e pessoas ligadas a eles. A onda de moralização no que tange à outorga de concessões não se confirmou: no mesmo ano ACM liberou as concessões suspensas e o governo Sarney transformaria em baixos os índices de Figueiredo no setor. As concessões de emissoras de radiodifusão aumentaram consideravelmente durante o governo Sarney, sendo usadas, em muitos casos, como forma de barganha com os parlamentares que compunham a Assembleia Constituinte. De 1985 a 1988, o Presidente da República fez 1.028 concessões – 30,9% de todas as 3.330 concessões outorgadas no Brasil até o governo Collor (PIERANTI, 2006, p.107).

Antes da promulgação da Constituição de 1988, Sarney ainda distribuiu, entre 1987 e 1988, 747 concessões de emissoras de rádio e TV. Em 1988 foram concedidas 52% de todas as concessões do governo Sarney. “Em três anos, 168 concessões foram outorgadas apenas para empresas ligadas a 91 deputados federais e senadores. Desses,

82 (90,1%) votaram a favor da emenda que aumentou para cinco anos o mandato de Sarney” (PIERANTI, 2006, p.108).

## **GOVERNO COLLOR**

O conturbado governo Collor não tratou a comunicação como prioridade. A instituição do Conselho de Comunicação Social, prevista no artigo 224 da Constituição de 1988 só ocorreu durante o governo de Fernando Collor. Foi criado pela Lei 8.389, de 30 de dezembro de 1991. Suas atribuições ficaram restritas à “realização e a emissão de pareceres e estudos sobre temas relativos à comunicação social”, sendo um órgão apenas de consulta e não de deliberação, como idealizado. A primeira reunião do conselho, no entanto, só ocorreu em 25 de junho de 2002; mais de 10 anos após a promulgação da Constituição de 1988.

## **GOVERNO FERNANDO HENRIQUE CARDOSO**

A partir do governo FHC, o Decreto 1.720 estabeleceu limites para a outorga da concessão.

Tornou-se obrigatória a abertura de licitação para a concessão de emissoras de radiodifusão, sendo que os candidatos deveriam atender a uma série de pré-requisitos. O Ministro das Comunicações de FHC, Sérgio Motta, considerado um dos assessores mais influentes do presidente, ressaltaria que, graças a esse decreto, estava-se iniciando um processo de moralização (PIERANTI, 2006, p.108).

Porém, uma brecha logo seria aberta. Considerou-se que estações retransmissoras de televisão (RTV) não necessitavam de concessões para funcionar, portanto não seriam afetadas pelo Decreto 1.720. Pelo Decreto 81.600, de 1978, as RTVs são meras repetidoras de programação televisiva, cujo funcionamento precisava ser autorizado apenas por uma portaria do Ministério das Comunicações. “Uma exceção tornava-as especialmente interessantes: as RTVs poderiam transmitir 15% de programação própria, quando tivessem caráter educativo ou estivessem instaladas em área conhecida por “Amazônia Legal” (região Norte, estado de Mato Grosso e parte do Maranhão)” (PIERANTI, 2006, p.108). Às vésperas da aprovação da emenda que tornaria possível a reeleição do, então, presidente em exercício, o Ministério das Comunicações distribuiu 1.848 RTVs, “sendo 527 a empresas de comunicação, 479 a prefeituras, 472 a empresas e entidades ligadas a igrejas, 102 a fundações educativas e 268 a empresas ou entidades controladas por 87 políticos. Desses, 19 deputados e 6 senadores votaram favoravelmente à reeleição” (PIERANTI, 2006, p.108).

No governo FHC, separou-se a radiodifusão das telecomunicações, o que deu abertura para as privatizações (o Brasil é o único país do mundo a fazer a separação).

Aconteceu a privatização da Telebrás, feita por meio de um leilão em 29 de julho de 1998 na bolsa de valores do Rio de Janeiro. A Telebrás era responsável pela gerência dos sistemas de telecomunicações no Brasil. Para a privatização, a Telebrás foi dividida em 12 empresas que seriam levadas a leilão: três de telefonia fixa (Telesp, Tele Centro Sul e Tele Norte Leste), oito de telefonia celular (Telesp Celular, Tele Sudeste Celular, Telemig Celular, Tele Celular Sul, Tele Nordeste Celular, Tele Centro Oeste Celular, Tele Leste Celular e Tele Norte Celular) e uma de telefonia de longa distância (Embratel). Essa foi a maior privatização ocorrida no Brasil. Houve um aumento significativo nas tarifas de telefone, chegando a ficar em torno de 5 vezes mais cara uma linha. Para fiscalizar e regular as funções foi criada a ANATEL – Agência Nacional de Telefonia. Algumas semanas após a privatização foram divulgadas conversas telefônicas obtidas por gravações ilegais em telefones do BNDES que indicavam que fora articulado um favorecimento para que o grupo liderado pelo Banco Opportunity adquirisse a Tele Norte Leste, segundo o jornal A Folha de São Paulo (Folha de São Paulo, 2003).

A repercussão do caso levou à queda do Ministro das Comunicações, Luiz Carlos Mendonça de Barros, do presidente do BNDES, André Lara Resende e de diretores do Banco do Brasil (como o diretor da área externa, Ricardo Sérgio de Oliveira) e o presidente da Previ, Jair Bilachi. Em uma das conversas, Mendonça de Barros diz a Bilachi que é importante que a Previ forme um consórcio com o Opportunity e que o ministério ajudaria no que fosse preciso, ao passo que Bilachi diz que iria tratar do assunto com Ricardo Sérgio. À época, Ricardo Sérgio era quem realmente mandava na Previ, e o presidente, Jair Bilachi, era “mera figura decorativa”. O próprio ministro pede a Ricardo Sérgio que o Banco do Brasil dê uma carta de fiança ao Opportunity e também deixa claro que os consórcios criados para a disputa estavam todos sendo montados com a participação do BNDES, segundo jornais da época.

## **GOVERNOS DO PT**

O Partido dos Trabalhadores (PT) chegou ao mais alto cargo do poder executivo em 2003, via eleições. Luiz Inácio Lula da Silva se torna presidente do país e seu governo (2003-2011) marcou por ser eleito democraticamente com um ex-operário encabeçando a chapa. Realizou ações voltadas para a área social com avanços no combate à desigualdade. Lula terminou seu governo com aprovação recorde com números superiores a 87% de aprovação segundo o portal R7 de notícias (2010).

Na continuação do governo petista, Dilma Rousseff foi eleita (e posteriormente reeleita) presidenta do país. Seu mandato inicial vai de 2011 a 2014 e o segundo mandato (2015-2018) é interrompido por um processo de impeachment em 31 de agosto de 2016. Enquanto sucessora de um projeto de governo iniciado por Lula, deu continuidade às obras de inclusão social e redução das desigualdades. Verticalizou políticas voltadas para saúde,

educação, mobilidade urbana; criando políticas importantes de moradia (minha casa minha vida).

No que tange à comunicação, os governos do PT tentaram, por algumas medidas, democratizar o campo. A realização da primeira Conferência Nacional de Comunicação (CONFECOM), a criação da principal TV Pública do país (TV Brasil) e o Marco Civil Regulatório demonstram modestos avanços na área.

Em 2009, aconteceu a primeira CONFECOM (Conferência Nacional de Comunicação). “O objetivo era construir um espaço para o debate amplo, democrático e plural com a finalidade de elaborar propostas orientadoras para uma política nacional de comunicação” (CONFECOM, 2010). Nessa conferência foram aprovadas 633 resoluções com a finalidade de orientar a política da área da comunicação. Dentre outras coisas, previam-se o combate à concentração da mídia, a realização de consultas e audiências públicas nos procedimentos de renovação das concessões e o fortalecimento do sistema público de comunicação. Nenhuma das 633 resoluções foi colocada em prática; nada saiu do papel.

A CONFECOM sofreu boicote por parte dos empresários. De todas as organizações empresariais que iam participar, ficaram apenas a ABRA (Associação Brasileira de Radiodifusores) e a TELEBRASIL (Associação Brasileira de Telecomunicações). Os meios de comunicação trataram a conferência como uma tentativa de “censura”, tanto por meio do discurso dos âncoras, como pela produção de matérias que ressaltavam esse enquadramento.

Em 2009, o governo federal fez um novo movimento direcionado a retomar as discussões sobre a democratização do setor de comunicação. Um novo marco civil regulatório foi proposto, porém apenas aplicado à internet. Após discussões, ele se tornou o Marco Civil da Internet, Lei N° 12.965/14, que regula o uso da Internet no Brasil por meio da previsão de princípios, garantias, direitos e deveres para quem usa a rede, bem como da determinação de diretrizes para a atuação do Estado (PERES, 2014, p.01). O projeto surgiu em 2009 e só foi aprovado na Câmara dos deputados em 25 de março de 2014 e no Senado Federal em 23 de abril de 2014, sendo sancionado logo depois pela então presidenta Dilma.

A TV pública é uma das iniciativas de democratização da mídia por parte do governo do PT que mais deveria repercutir sobre o oligopólio dominante nas emissoras de televisão no Brasil. Ela assume, por ser pública, um caráter diferente do comercial. “Não deve buscar o lucro; deve ter independência do mercado, da política e da economia; ter formas de financiamento diferentes das lógicas comerciais e possuir uma gestão plural” (SILVA, 2002, p.23). O melhor exemplo de TV pública no mundo é a BBC, emissora britânica; inclusive sendo considerada “a melhor TV do mundo” por Leal Filho (1997). A TV Brasil, principal TV pública do Brasil, foi criada em 2007 para suprir as pendências da televisão comercial

e, também, como uma demanda da sociedade civil na busca pela democratização da comunicação e na luta pela diminuição da concentração e do oligopólio de mídia existentes.

Durante a campanha à reeleição de Dilma Rousseff, o PT pressionou para que a presidenta engajassem a discussão da regulamentação da mídia em um segundo mandato. Após a reeleição, a presidenta sinalizou que iria defender a regulação econômica da mídia, mas sem regular conteúdo. Porém, a presidenta eleita democraticamente sofreu um processo de impeachment e foi retirada do cargo antes de propor a regulação. Seu vice, Michel Temer assumiu o governo após o impeachment.

## **GOVERNO TEMER E O DESMONTE DA EBC**

Ao assumir o governo após o impeachment da presidenta Dilma, Temer começa um processo de desmonte da comunicação pública no país. Seu primeiro ato foi desfazer o Conselho Curador da EBC (Empresa Brasil de Comunicação) e criar a Medida Provisória - MP 744, que determina que o presidente da EBC seja indicado pelo presidente da república; demonstrando claramente que pretende controlar os veículos de comunicação pública.

Ainda na comunicação, Temer alterou as regras de outorga para radiodifusão via Medida Provisória. Sob o pretexto de desburocratizar as normas, a MP 747 dá 90 dias a mais para todos os concessionários que tenham perdido o prazo para renovar suas outorgas; independente se o atraso é de meses ou de anos. Também, em data posterior a MP, o Estado brasileiro será responsável por avisar aos outorgados quando o prazo de renovação terminar; não mais o Estado irá retomar as outorgas e fazer nova licitação. Pelas mudanças que entraram em vigor, as empresas também não precisam mais demonstrar ou comprovar que possuem recursos técnicos e financeiros para participar de um edital de concessão de outorgas. Deixa de valer, também, a regra de que qualquer alteração nos objetivos sociais das empresas concessionárias, assim como cessões de cotas e ações que alterassem o controle societário das empresas, deve ser previamente autorizada pelo Executivo. Ainda, as empresas que fizeram alterações sem aval do Executivo, “aquelas que fizeram alterações ilegalmente sem a autorização prévia do ministério, quando a lei anterior ainda valia, ganham agora 60 dias para informar o governo das mudanças, sem qualquer prejuízo para continuarem funcionando normalmente” (INTERVOZES, 2017).

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O Brasil é um país com proporções continentais que possui uma concentração de mídia que impossibilita a democratização da comunicação. Dados da pesquisa brasileira de mídia indicam que 89% das pessoas utilizam a televisão como fonte de informação; 77% veem televisão 7 dias por semana em uma média de 3 horas e meia diárias. Nota-se

a grande importância da televisão na vida cotidiana do brasileiro e na formação de sua opinião.

Dada a concentração do setor de mídia, os grupos detentores acabam exercendo influência nas políticas destinadas à comunicação. Ao se tratar da televisão em específico, os moldes americanos de concessão foram seguidos na implantação da televisão brasileira, o que acabou por consolidar a exploração das concessões de radiodifusão por parte do Estado a grupos privados; criando o oligopólio de mídia atual. Assim, os grupos televisivos tiveram uma facilitação para concentrar grande e forte influência política, econômica e social. Autores como Raymond Williams, Francisco Rui Cádima, Venício Lima ressaltam o importante papel da televisão como veículo de comunicação e como agente formador da opinião.

A Constituição de 1988 trouxe grandes avanços na área da comunicação; dentre eles: previsão da regulamentação da mídia, impossibilidade de políticos obterem concessões de radiodifusão, comunicação livre e valorização da comunicação regional, programação educativa, artística, cultural e informativa. Previu-se a criação do CCS – Conselho de Comunicação Social.

Mas, os governos que vieram utilizaram as concessões como moeda de troca. O governo Sarney chegou a dar 1.028 concessões de rádios e televisões. No governo FHC houve a separação das telecomunicações e da radiodifusão para facilitar a privatização dos setores e as RTVs (retransmissoras) não precisavam de concessão.

Com relação à democratização da comunicação no Brasil ainda há muito que avançar. No Brasil, sete famílias dominam os meios de comunicação, o que caracteriza um oligopólio de mídia. O FNDC (Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação), surgido em 1991, se tornou o principal meio da sociedade civil exigir uma comunicação mais democrática no país.

Os governos do PT foram exceção. Tentaram combater a concentração midiática através de medidas como a realização da CONFECOM, a criação da TV Brasil (principal TV pública do país) e o Marco Civil Regulatório. Após sofrerem um impeachment, muito de sua política e avanços na democratização dos meios foram desfeitos.

A TV pública é uma das formas de democratização da mídia que mais deveriam repercutir sobre o oligopólio dominante nas emissoras de televisão no Brasil. Em 2009, ocorreu a primeira CONFECOM (Conferência Nacional de Comunicação). O objetivo era construir um espaço para o debate amplo, democrático e plural com a finalidade de elaborar propostas orientadoras para uma política nacional de comunicação. Apesar das 633 resoluções aprovadas quase nada foi levado adiante.

O governo de Michel Temer desmontou os avanços conquistados na comunicação e no combate à concentração da mídia. Instituiu que o presidente da EBC será indicado pelo

presidente da república e criou uma forma de renovação das concessões quase automática.

A manutenção da democracia passa pela questão central da concentração da mídia e de uma legislação pertinente sobre os oligopólios. Sem a circulação de informação entre os cidadãos, estes se veem fadados a uma desinformação ou mesmo sujeitos à opinião (e não informação prestada) por parte de um grupo que domina a comunicação. Para tanto, a informação correta e aprofundada se faz necessária.

Ressalta-se que são necessárias intensas mudanças para que o Brasil combata a concentração de mídia. É urgente reformar as leis e tapar as brechas existentes para que o Brasil possa combater a concentração midiática e a formação de oligopólios.

## REFERÊNCIAS

BARBOSA, Bia. O escárnio de Temer com as concessões de rádio e TV. *Intervozes*. Disponível em <<https://www.cartacapital.com.br/blogs/intervozes/o-escarnio-de-temer-com-as-concessoes-de-radio-e-tv>>. Acesso em 20/01/2018.

BRASIL. Constituição de 1988. Capítulo V – Da comunicação social (artigos 220 à 224). Disponível em <<http://alerjln1.alerj.rj.gov.br/constfed.nsf/16adba33b2e5149e032568f60071600f/867c0b7d461bdcb50325656200704c11?OpenDocument>>. Acesso em 13/01/2018.

CÁDIMA, Francisco Rui. *A televisão 'light' rumo ao digital*. Lisboa: Media XXI, 2006.

CÁDIMA, Francisco Rui. *Crise e crítica do sistema de media*. Lisboa: Media XXI, 2009.

CABRAL, Eula Dantas Taveira. *Mídia no Brasil: Concentração das Comunicações e Telecomunicações*. *Revista Eptic*, vol 17, nº3. Disponível em <<https://seer.ufs.br/index.php/epitic/article/view/4298/pdf>>. Acesso em 20/01/2018.

CONFECOM. *Caderno da 1ª Conferência Nacional de Comunicação*. Brasília: Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, 2010.

CYSNE, Diogo. Constituição de 1988. *Infoescola*. Disponível em <<http://www.infoescola.com/direito/constituicao-de-1988/>>. Acesso em 12/01/2018.

DIRCEU, José. *Regulamentação de mídia e princípios constitucionais*. 2012. Disponível em <<https://www.brasil247.com/pt/247/poder/61259/Regulamenta%C3%A7%C3%A3o-de-m%C3%ADdia-e-princ%C3%ADpios-constitucionais.htm>>. Acesso em 13/01/2018.

FOLHA DE SÃO PAULO. *Privatização das teles foi seguida por escândalos*. Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/dinheiro/ult91u70988.shtml>>. Acesso em 20/01/2018.

GANTOIS, Gustavo. *Lula encerra o governo com aprovação recorde de 87% da população*. Portal de notícias R7. Disponível em <<http://noticias.r7.com/brasil/noticias/lula-encerra-governo-com-aprovacao-de-83-4-da-populacao-20101229.html>>. Acesso online em 03/01/2018.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. PAS – Pesquisa Anual de Serviços, 2016. [online] Disponível em <https://teen.ibge.gov.br/noticias-teen/8311-televisao.html>. Arquivo consultado em 10/01/2018.

LEAL FILHO, L. L. A melhor TV do mundo. São Paulo: Summus, 1997.

LIMA, Venício. Existe concentração de mídia no Brasil? Sim. Observatório da Imprensa. Disponível em < [http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos/plq010\\_720031.htm](http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos/plq010_720031.htm)> Acesso em 11/01/2018.

LIMA, Venício. Regulação das Comunicações: História, Poder e Direitos. São Paulo: PAULUS, 2011.

MIRA, Gustavo Fernandes Paravizo. Visibilidade e Representação: As Conexões Midiáticas e Políticas dos Deputados Federais da Zona da Mata Mineira. Dissertação de mestrado defendida na Universidade Federal de Juiz de Fora. 2017.

PERES, Bruno. Dilma vai “tirar dúvidas” no Facebook sobre o Marco Civil da Internet. Valor Econômico. Disponível em < <http://www.valor.com.br/politica/3525228/dilma-vai-tirar-duvidas-no-facebook-sobre-o-marco-civil-da-internet>> Acesso em 13/01/2018.

PIERANTI, Octavio Penna. Políticas para a mídia: dos militares ao governo Lula. 2006. Plataforma Scielo. Disponível em < <http://www.scielo.br/pdf/ln/n68/a04n68.pdf>>. Acesso em 20/01/2018.

PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA. Secretaria de Comunicação Social. Pesquisa Brasileira de Mídia. [Online] Disponível em <http://pesquisademidia.gov.br>. Acesso em 10/01/2018.

RIBEIRO, Ana Paula G; SACRAMENTO, Igor & ROXO, Marco (orgs). Televisão, história e gêneros. Editora Multifoco. Rio de Janeiro, 2014.

SILVA, Luiz. Jornalismo Público - O social como valor-notícia. Brasília, DF. Casa das Musas, 2002.

WILLIAMS, Raymond. Televisão: Tecnologia e forma cultural. São Paulo: Boitempo, 2016.

## A REGULAMENTAÇÃO DA MÍDIA NOS GOVERNOS DO PT

Vitor Pereira de Almeida

Sonia Virginia Moreira

Trabalho apresentado, em sua primeira versão, no Grupo de Trabalho 5, Estudos Interdisciplinares, do XI Encontro dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação Social de Minas Gerais, 18-19 de outubro de 2019.

**RESUMO:** A proposta deste artigo é discutir a regulamentação da mídia e as principais questões envolvendo a temática nos governos do Partido dos Trabalhadores (PT). Para entender a necessidade de regulamentação para o setor parte-se dos conceitos de autores como Di Pietro (2003) e Mendes (2011) sobre regulação e regulamentação trabalhados em estudo desenvolvido no âmbito da pós-graduação em Comunicação da UFJF. A pesquisa bibliográfica e documental, em especial em autores como Murilo Ramos (2019), Tarso Violin (2018) e Venício Lima (2018), destaca a regulamentação de mídia como meta não alcançada nos governos do PT. Neste artigo são analisadas as falas de intelectuais orgânicos do Partido reunidas em um estudo de caso. Os conceitos de Gramsci para hegemonia e intelectual orgânico são centrais para compreender como ocorreu a

participação de integrantes do PT na defesa de uma regulamentação para o setor da mídia.

**PALAVRAS-CHAVE:** Regulamentação da Mídia; PT; Intelectuais Orgânicos; Hegemonia.

### MEDIA REGULATION IN GOVERNMENTS OF THE WORKERS PARTY (PT)

**ABSTRACT:** The purpose of this article is to discuss the media regulation and the main issues involving the theme in the Workers Party's governments. To better understand the need for this legal discussion, we start by defining the term regulation, which is part of a research work developed in the Graduate Program of Communication at the UFJF, using studies conducted by Di Pietro (2003) and Mendes (2011). Through bibliographical and documental research in the light of authors such as Ramos (2019), Violin (2018), and Lima (2018) it is highlighted that regulation was a goal not achieved by PT's administrations. For the present work, we analyze the speeches of the main organic intellectuals of the party, bringing them together in a case study. Gramsci's concepts of hegemony and organic intellectual are central to understanding Party members' involvement in advocating for media regulation.

**KEYWORDS:** Media Regulation; Workers Party-PT; Organic Intellectuals; Hegemony.

### INTRODUÇÃO

Há alguns anos se discute a questão da

regulamentação da mídia no Brasil, dado o ambiente de concentração, propriedade cruzada e a mídia como palco de políticos. Para o cidadão comum não há clareza, porém, sobre o que seja regular e regulamentar o setor. Este artigo trabalha com o aporte conceitual de autores da área que fez parte de pesquisa desenvolvida no âmbito da pós-graduação em Comunicação da UFJF.

Para Di Pietro (2003, p. 209) regular é controlar a prestação de serviços públicos essenciais transferidos para terceiros (privatizados), organizar um “conjunto de regras de conduta e de controle da atividade privada do Estado, com a finalidade de estabelecer o funcionamento equilibrado do mercado”. Francisval Mendes (2011) entende que regular é também considerar o

(...) conjunto de regras de conduta e de controle da atividade econômica pública e privada e das atividades sociais não exclusivas do Estado, com a finalidade de proteger o interesse público. A partir destes conceitos, concluímos que o termo Regulação diz respeito a todo tipo de intervenção que o Estado faz na atividade econômica pública e privada, ora para controlar e orientar o mercado, ora para proteger o interesse público (MENDES, 2011, p. 1).

Exemplos da regulação são as agências reguladoras contemporâneas, como ANEEL (Agência Nacional de Energia Elétrica), ANVISA (Agência Nacional de Vigilância Sanitária) e ANATEL (Agência Nacional de Telecomunicações).

A atividade de regulamentação é exclusiva do Chefe do Poder Executivo, não sendo passível de delegação a outros. O Poder Legislativo e o Poder Administrativo têm competência para expedir regras regulatórias por meio de entidades da administração direta ou indireta. Mendes (2011) afirma sobre a diferença entre regulação e regulamentação:

(...) Regulação e Regulamentação são termos distintos, e esta diferença torna-se cristalina ao interpretamos o artigo 84, inciso IV e seu parágrafo único, da Constituição Federal. A atividade de regulamentação é exclusiva do Chefe do Poder Executivo, não sendo passível de delegação. Por sua vez, possuem competência para expedir regras regulatórias tanto o Poder Legislativo quanto o Poder Administrativo, através de suas entidades pertencentes à administração direta ou indireta (MENDES, 2011, p. 1).

O responsável pela atividade de regulamentação é o Poder Executivo, embora normas e leis também possam ter a contribuição do Poder Legislativo. Assim, a regulamentação seria fechada e menos dinâmica, funcionando como um planejamento em longo prazo dos limites para a atividade exercida. A regulação é atividade atribuída a órgão regulador, funcionando como instrumento dinâmico que avalia a atividade enquanto ela ocorre, em reação a esse movimento. No caso específico da regulação econômica da mídia, o objeto é a concentração - tanto dos meios de produção como na formação de monopólios e oligopólios de comunicação. Violin (2018) destaca a necessidade dessa

regulação dos meios no Brasil.

Um país como o Brasil, com alta taxa de analfabetos e de analfabetos funcionais, e baixo índice de leitura de livros; com uma rede de TV que domina a audiência de forma monopolística (concentração de propriedade horizontal, vertical e cruzada), é uma das 30 maiores empresas do mundo e de propriedade de uma das sete famílias que dominam a mídia num país com baixa regulação dos meios de comunicação; e com meios de comunicação que, em geral, não são plurais; é uma nação que está longe de cumprir com suas obrigações constitucionais (VIOLIN, 2018, p. 154).

Para o Brasil, é importante regulamentar a mídia para evitar a formação de monopólios e oligopólios, para amenizar a concentração midiática existente e, ainda, para impedir que políticos recebam concessões de propriedade ao legislar em favor próprio, garantindo assim o acesso à informação de qualidade e ao trato da comunicação como um direito democrático.

Para evitar essa concentração e formação de oligopólios de mídia no país é preciso entender o processo em seu contexto mais amplo. Venício Lima (2011) defende que o Estado por meio do Poder Executivo deveria ser o principal ator na regulamentação da mídia. A Constituição de 1988 estabelece que a outorga e a renovação de concessões de canais televisão, que são públicas, se dá em ação conjunta com o Poder Legislativo. Esse é apenas um exemplo da concentração no Brasil.

Tudo começa com o Executivo através do Ministério das Comunicações que faz a portaria de autorização, envia para a Casa Civil e segue para a Secretaria de Relações Institucionais da Presidência. Após ser avaliada pelo Executivo, segue para o Legislativo que faz um Decreto que é assinado pelo presidente do Congresso Nacional (CABRAL, 2015, p. 20).

Ao longo desse processo é possível encontrar pontos que divergem da Constituição de 1988. Os parlamentares não poderiam ser beneficiados com concessões, mas na prática são proprietários de empresas de mídia, assim como julgam suas próprias concessões e renovações. Além disso, são os próprios parlamentares que legislam sobre as normas para o sistema de comunicação nacional, reforçando o laço da concentração midiática no país. Lima (2011) cunhou o termo “coronelismo eletrônico” a partir dessa situação.

Em 2001, por exemplo, Israel Bayma, fez um levantamento, resultado do cruzamento de 33 mil informações do Ministério das Comunicações, da Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) e do Tribunal Superior Eleitoral (TSE) no período de 1999 a 2001. Detectou que, na época, cinco governadores de Estado e 47 dos 513 deputados federais eram oficialmente proprietários de emissoras de rádio e/ou TV (CABRAL, 2015, p. 21).

Além das condições de concentração de canais de TV existem outros problemas no Brasil. O dono de uma rádio também pode ser proprietário de um canal de TV, um jornal e um blog. Assim, a informação do rádio também é transmitida pela TV, pelo jornal e pelo

blog. Vê-se a notícia no Jornal Nacional, lê-se a mesma notícia no portal de notícias G1, nos jornais O Globo e Extra e na revista Época, assim como se ouve a notícia na Rádio Globo/CBN. Há assim uma reprodução incontestável da informação que circula nesses veículos aqui usados como exemplo.

Apesar de a organização do contexto midiático estar incluída na Constituição de 1988 (Capítulo V – Da Comunicação Social), é possível afirmar que apenas dois Artigos previstos nesse Capítulo foram regulamentados. O Art. 221, por exemplo, que trata dos princípios a serem atendidos na produção e na programação das emissoras de rádio e televisão às concessões e ao material audiovisual veiculado pelas TVs e pela mídia, foi acolhido em parte pelo texto da Lei de Serviço de Acesso Condicionado, de 2011 (Lei nº 12.485). O parágrafo 1, do Art. 17 dessa Lei determinou que “Da parcela mínima de canais brasileiros de espaço qualificado de que trata o caput, pelo menos 1/3 (um terço) deverá ser programado por programadora brasileira independente”. Atendeu assim um dos itens do Art. 221 da Constituição, que previa a “regionalização da produção cultural, artística e jornalística, conforme percentuais estabelecidos em lei”. Outro Artigo da Constituição, o Art. 222, foi alterado por Emenda Constitucional (EMC, de 28/05/2002) para organizar a participação de capital estrangeiro na mídia, proibida no texto constitucional original. O parágrafo 1º do Art. 222 ficou com a seguinte redação:

Em qualquer caso, pelo menos setenta por cento do capital total e do capital votante das empresas jornalísticas e de radiodifusão sonora e de sons e imagens deverá pertencer, direta ou indiretamente, a brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos, que exercerão obrigatoriamente a gestão das atividades e estabelecerão o conteúdo da programação (CONSTITUIÇÃO DA REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL, 2008).

Regular a mídia, portanto, não indica censurar os meios. É possível admitir que a censura existe nos casos de oligopólios de meios de comunicação que impõem a sua visão dominante. Por isso a regulação do setor tem sido debatida com frequência em países da América Latina há algumas décadas, com maior ênfase no período de ascensão de governos de esquerda da região. A radiodifusão, assim como a energia elétrica, a água e outros recursos, é serviço público regido por leis específicas que deve ser prestado visando principalmente o interesse da população. Outros elementos importantes no processo de combate à concentração da mídia são iniciativas de coletivos, ações populares e estudos sobre o tema e o setor realizados na academia, todos necessários para mostrar à sociedade a importância de uma comunicação que tem a democracia como centro.

## **A comunicação nos governos do PT**

Os governos do PT apresentaram alguns projetos para democratizar o campo da comunicação. Exemplos disso são a realização da primeira Conferência Nacional de Comunicação (CONFECOM) em 2009, a criação de um sistema público de comunicação

ancorado na Empresa Brasil de Comunicação (EBC) em 2007 e o marco civil da internet, de 2014, que demonstram modestos avanços na área.

Em 2009, a primeira Conferência Nacional de Comunicação teve como objetivo “construir um espaço para o debate amplo, democrático e plural com a finalidade de elaborar propostas orientadoras para uma política nacional de comunicação” (CONFECOM, 2010). Nessa conferência, foram aprovadas 633 resoluções com a finalidade de orientar políticas de comunicação no Brasil. Dentre outras coisas, foram previstas formas de reduzir a concentração da mídia, a realização de consultas e audiências públicas nos procedimentos de renovação das concessões e o fortalecimento do sistema público de comunicação. Nenhuma das 633 resoluções da Conferência, porém, foi colocada em prática, nada saiu do papel.

A Confecom sofreu boicote dos empresários do setor. De todas as organizações empresariais previstas a participar, tiveram representantes presentes apenas a ABRA (Associação Brasileira de Radiodifusores) e a TELEBRASIL (Associação Brasileira de Telecomunicações). De modo geral, o tratamento da Conferência nos grandes meios de comunicação vinculou a iniciativa a uma tentativa de “censura”, tanto via discurso dos apresentadores de telejornais como pela produção de matérias que ressaltavam esse enquadramento .

Em 2009, o governo federal fez um novo movimento para retomar as discussões sobre democratização da mídia / das telecomunicações. Foi proposto, debatido e aprovado um marco civil regulatório, posteriormente aplicado à internet. Depois de muita discussão o projeto do Marco Civil da Internet foi aprovado na forma da Lei nº 12.965/14, regulando o uso da internet no Brasil com previsão de princípios, garantias, direitos e deveres dos usuários da rede, bem como a determinação de diretrizes para a atuação do Estado no setor (PERES, 2014, p. 1). Apesar das discussões terem iniciado em 2009, o texto legal foi aprovado apenas em 25 de março de 2014 na Câmara dos Deputados e em 23 de abril do mesmo ano no Senado Federal, sendo sancionado em seguida pela Presidente Dilma Rousseff.

A televisão pública está entre as iniciativas do Partido dos Trabalhadores de democratização da mídia que mais deveria repercutir sobre o oligopólio existente em relação às emissoras de TV no Brasil. Pelo seu caráter público, diferente do comercial, “não deve buscar o lucro; deve ter independência do mercado, da política e da economia; ter formas de financiamento diferentes das lógicas comerciais e possuir uma gestão plural” (SILVA, 2002, p. 23). Em termos globais, o melhor exemplo de TV pública é a britânica British Broadcasting Corporation – BBC (fundada em 1922), considerada “a melhor TV do mundo” por Leal Filho (1997). A TV Brasil, primeira tentativa de canal público do Brasil, foi criada em 2007 como parte do sistema da Empresa Brasil de Comunicação (EBC) para atender um tipo de programação que diferisse da televisão comercial. Foi em parte resultado de

uma demanda de setores da sociedade civil organizada interessada em encontrar formas de democratizar a comunicação e reduzir a concentração midiática no país. A TV Brasil opera como canal público até o fim do governo Dilma (com o seu impeachment em agosto de 2016). A primeira medida do vice-presidente Michel Temer ao assumir a Presidência da República foi destituir o conselho curador da EBC e eliminar outras características que a identificavam como canal público.

### **A regulamentação como meta não alcançada – O Feitiço do Tempo?**

Murilo Ramos em seu texto “O feitiço do tempo e a regulação da mídia”, de 2014, aponta elementos marcantes da relação entre o Partido dos Trabalhadores e a regulação da mídia, uma meta sempre defendida, mas nunca atingida.

Antes das campanhas eleitorais de 2002 havia temor e pânico sobre como a mídia não regulada poderia confundir o processo democrático das eleições, considerando situações já ocorridas na TV, como a manipulação do debate presidencial Lula x Collor em 1989. Depois disso, a manipulação continuou, ainda que mais velada. Passadas as eleições, com a vitória do candidato do PT, o Partido volta a deixar de lado a questão da regulação até que a velha relação de manipulação midiática se reestabelecer. Ramos argumenta que no começo do primeiro governo Lula (2003-2006) todas as menções a comunicação foram substituídas por proposições genéricas sobre telecomunicações.

Em meados de 2002, ao ser lançado com pompa em Brasília, o programa de governo do então candidato Luiz Inácio Lula da Silva trocara todas as menções que nele havia à comunicação, leia-se mídia, por proposições genéricas sobre as telecomunicações, leia-se telefonia. Para desgosto dos militantes que estavam na Câmara dos Deputados naquele dia e que tinham participado da formulação das propostas referentes à comunicação. Nos seus primeiros quatro anos, o governo de Lula dedicou-se, no campo da comunicação, a uma política para a televisão digital terrestre, cujo resultado final foi dar à radiodifusão privada o que ela queria desde o início: um padrão de transmissão japonês que melhor atendia ao seu modelo de negócios (RAMOS, 2014).

Para analisarmos as políticas de comunicação no primeiro governo Lula e a atenção dada pelo governo à área, também é necessário analisar os ministros da área.

Talvez a síntese melhor que se possa fazer da postura estratégica do primeiro Governo Lula para o setor da comunicação social, em especial da radiodifusão, sejam os titulares do Ministério das Comunicações no período: os deputados federais Miro Teixeira, que era do PDT quando nomeado, e Eunício Oliveira, do PMDB, e o senador Hélio Costa, também do PMDB. Costa foi sem dúvida a síntese mais perfeita, dada a sua vinculação histórica, de funcionário, com a Globo, e sua condição de concessionário e permissionário de outorga de radiodifusão em Minas Gerais (RAMOS, 2014).

No segundo governo Lula (2007-2010), o jornalista Franklin Martins assume a

Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República com status de ministro e Hélio Costa perde força dentro da área da comunicação. Nesse período várias medidas foram tomadas, como a realização da Confecom e a criação da EBC como sistema público de mídia, já mencionadas anteriormente. Também foi criada uma Comissão Interministerial que, no final do segundo mandato de Lula, deixou a proposta de um anteprojeto de lei sugerindo bases de regulação da mídia para o governo que assumia, com Dilma Rousseff à frente.

No segundo semestre de 2010, na coordenação de fato da Comissão Interministerial, localizada na Casa Civil da Presidência da República, que deixou para o governo de Dilma Rousseff um anteprojeto de lei, um novo marco político e normativo, ou marco 'regulatório', como se tornou costume dizer hoje, para as telecomunicações, radiodifusão comercial, radiodifusão pública e televisão por assinatura (RAMOS, 2014).

No primeiro governo de Dilma Rousseff (2011-2014) não foi registrada qualquer medida para regular a mídia. Mais uma vez, o Partido perdeu a oportunidade de aprovar uma lei que regulasse o setor de comunicação. O anteprojeto de lei formulado no final do governo Lula foi arquivado.

Como afirmado anteriormente, durante a campanha de reeleição de Dilma Rousseff em 2014, o PT pressionou para que a candidata enfatizasse a importância de discutir a regulação da mídia em um eventual segundo mandato. Reeleita, a Presidente sinalizou que iria defender a regulação econômica da mídia, mas sem interferir no conteúdo. O processo de impeachment a retirou do cargo antes de apresentar uma proposta de regulação para o setor.

## **Intelectuais Orgânicos do PT e a defesa da regulamentação**

Inicialmente é preciso assinalar que o PT foi o único partido no poder a defender abertamente a regulação e a regulamentação da mídia. É nesse contexto que são considerados os intelectuais orgânicos do PT e suas posições sobre a mídia.

Para entender a atuação e o conceito de intelectuais orgânicos recorreremos à obra de Gramsci. Antonio Gramsci (2001) o define como um tipo de intelectual que se mantém ligado à sua classe social de origem. Assim, uma classe social, ao ascender ao poder, "cria" uma nova leva de intelectuais que funcionam como porta-vozes dessa classe, "cada grupo social fundamental com papel decisivo na produção engendra seus próprios intelectuais" (GRAMSCI, 2001). A burguesia, ao atuar como classe, abrange o intelectual capitalista e outras figuras intelectuais como o técnico, o administrador, o economista, o advogado, e outros que compõem e organizam o Estado. Cada um deles é o intelectual orgânico em ascensão e são responsáveis na sociedade pela nova forma do Estado; são eles que mantêm a superestrutura (Estado, cultura, instituições, estruturas de poder político, papel social, rituais).

Com a emergência da sociedade civil e de sua organização cultural, os intelectuais ligam-se predominantemente às suas classes de origem ou de adoção – e, por meio delas, à sociedade como um todo – através da mediação representada pelos aparelhos “privados” de hegemonia (COUTINHO, 2005, p. 19).

No contexto social, os intelectuais orgânicos se deparam com os intelectuais tradicionais herdeiros de outras formações históricas e sociais. Ocorre, nesse caso, a tentativa de capturar os intelectuais orgânicos pela hegemonia (supremacia de um perante o outro). Sobre os escritos de Gramsci, Carlos Nelson Coutinho (2005) destaca:

O maior mérito de Gramsci consiste em ter “ampliado” a teoria marxista clássica do Estado. Ele viu que com a intensificação dos processos de socialização da política, com algo que ele chama algumas vezes de “standardização” dos comportamentos humanos gerada pela pressão do movimento capitalista, surge uma esfera social nova, dotada de leis e de funções relativamente autônomas específicas (COUTINHO, 2005, p. 15).

**Assim surgem os “intelectuais de partido”, como destaca Coutinho:**

Começam a surgir fenômenos desconhecidos em épocas anteriores: o intelectual de partido, o intelectual ligado ao sindicato, o intelectual que trabalha nos jornais, nas editoras, etc., de partidos ou de sindicatos, de associações de variado tipo, de correntes de opinião... Sem necessariamente perder sua autonomia e sua independência de pensamento, o “intelectual orgânico” tem uma maior consciência do vínculo indissolúvel entre sua função e as contradições concretas da sociedade (COUTINHO, 2005, p.19 - 20).

Os intelectuais orgânicos podem exercer influência política em nome de um determinado partido que expresse os interesses da classe que representa. Por isso é importante jogar luz sobre a posição dos intelectuais do Partido dos Trabalhadores com relação à mídia e sua regulação. Os intelectuais orgânicos do PT defenderam a regulação da mídia. Em reunião da executiva nacional, o Partido preparou uma resolução em que determinava a regulação como ponto central do debate democrático na comunicação.

Em reunião nesta segunda-feira (3), a Executiva Nacional do PT colocou a regulação da mídia como prioridade do partido no Congresso Nacional no próximo ano. Na resolução tirada na executiva, o partido decidiu encampar a defesa da Lei da Mídia Democrática, proposta elaborada por movimentos sociais a partir da 1ª Conferência Nacional de Comunicação (Confecom) e que ainda está em fase de coleta de assinaturas para começar a tramitar no Congresso Nacional... “Relançar a campanha pela reforma política e pela mídia democrática, contribuindo para que o governo possa tomar medidas avançadas nestas áreas para sustentar a batalha que travaremos a respeito no Congresso Nacional”, diz a resolução política tomada na reunião (ÚLTIMO SEGUNDO, 2014).

Tanto no papel de porta-voz como em falas personificadas, a intelectualidade orgânica do Partido alega que a regulação da mídia é necessária para a democratização do

setor. “Regulação de mídia pode ser feita para rádio e televisão, porque são concessões. Mas não se aplica à imprensa escrita e internet”, disse certa em entrevista o ministro das Comunicações, Paulo Bernardo” (O ESTADO DE S. PAULO, 2014). Seria eficaz regular rádio e TV e não regular o impresso e a internet? A regulação se daria na forma e no conteúdo ou apenas atuando para evitar concentração da mídia? Propriedade cruzada, concentração horizontal e vertical seriam combatidas? Essas perguntas seguem em aberto.

Durante a organização do 4º Congresso Nacional do PT, o então presidente nacional do PT Rui Falcão também defendeu a regulação da mídia.

Ele (Rui Falcão) defendeu o marco regulatório e disse que o domínio midiático “por alguns grupos econômicos tolhe a democracia”. “A crescente parcialidade e a afronta aos fatos preocupa a todos os que lutam por meios de comunicação democráticos”, discursou (AGGEGE, 2011).

José Dirceu, fundador do PT e ex-Ministro Chefe da Casa Civil, defendeu no mesmo período, e em diversas oportunidades, a necessidade de regulação da mídia, chegando a publicar em seu blog texto sobre o assunto que foi tema de matéria do jornal O Estado de S. Paulo.

“O partido faz muito bem em eleger esta regulação como uma das principais metas a serem conquistadas em 2013, ao lado da reforma política tão imprescindível ao País e da luta para desconstituir a farsa do mensalão”, avaliou o petista que, em seguida, elogiou Falcão por ter apresentado o plano primeiramente aos correspondentes... Dirceu apresentou ainda a estratégia do partido para levar a cabo a regulamentação: “O partido vai se posicionar, defender, tomar iniciativas, ocupar todas as tribunas que lhe forem possíveis, manter o assunto em evidência e priorizá-lo”, explicou. Ele deixou claro, porém, que a regulamentação “depende do Congresso, e não do partido”. Dirceu recorreu a uma fala de Falcão para explicar o porquê que a regulamentação da mídia não é censura. “Rui insistiu que a regulamentação defendida pelo partido não tem nada a ver com censura como a grande e velha mídia costuma e vai querer continuar confundindo. “Não é censura, nada a ver. É ampliar a liberdade de expressão, não restringi-la”, concluiu Dirceu em seu blog (WALTENBERG, 2012).

Fernando Haddad, ex-Ministro da Educação defendeu a perspectiva da regulação da mídia como parte importante no processo democrático do país.

Para o ex-prefeito Fernando Haddad, o país precisa passar por um verdadeiro processo de redemocratização. “A democracia não é um processo natural é uma conquista civilizatória”, disse ele, destacando que hoje vivemos um processo de ‘desconstituente’ e estado de exceção. “Eles [golpistas] não têm um projeto de país. É o projeto de desfazer. É uma desconstrução que estão fazendo e a cada dia é uma notícia nova e ruim”, afirmou o ex-prefeito, citando o ataque aos direitos trabalhistas. “Devemos ampliar a diversidade dos meios de comunicação ou corremos o risco de grande retrocesso”, declarou Haddad, que defendeu a urgência da regulação da mídia (SANTOS, 2017).

## O ex-Presidente Lula também defendeu a regulação em entrevista em 2017.

Em 2009, fiz uma grande conferência de comunicação. Nós obtivemos um resultado muito satisfatório e preparamos uma proposta de regulação. Entendíamos que não era correto apresentar uma proposta dessa ao Congresso no final de um governo, então deixamos para a companheira Dilma apresentar no começo do primeiro mandato dela. Não sei quais foram as razões, mas ela não apresentou. Certamente, porque alguém chegou no ouvido dela e disse 'não, Dilma, o problema não é regular, mas conversar, falta diálogo'. Ela acreditou e continua apanhando. Hoje, eu acho que ela tem o mesmo arrependimento que eu tenho de não ter feito uma discussão para regular (ADRIELY, 2017).

Mais tarde, em agosto do mesmo ano de 2017, Lula voltou a afirmar que iria vencer as eleições em 2018 e que iria fazer a regulação da mídia, numa fala durante ato em defesa do Estado Democrático de Direito na Universidade Federal do Rio de Janeiro. Eleonora Menicucci, socióloga e ex-Ministra Chefe da Secretaria Especial de Políticas para as Mulheres no governo Dilma Rousseff, chegou a ser mais incisiva, quase cirúrgica, em entrevista ao portal “Porém.net” ao afirmar que o maior erro dos governos do PT foi não regular a mídia.

Veja bem, o nosso maior erro nos 13 anos de governo foi não ter feito o marco regulatório da mídia. Isso assumido pelo Lula, pela Dilma, por todo mundo. Perfeito? Nós possibilitamos o acesso da população de baixa renda aos bens de consumo, eletrodomésticos, televisão, telefone celular, internet, andar de avião, ir ao shopping. Não há dúvida. Mas, por exemplo, as mulheres que são donas de casa e ficam boa parte do dia com a televisão ligada o que elas ouvem? Quando chega em casa a noite me diga qual é o programa mais visto? Jornal Nacional. Então é a Globo. Essa frase “o povo não é bobo, fora a Rede Globo”, ela tem que ser fortalecida cada vez mais. Existem pessoas que não tem outro meio de acesso à informação a não ser a televisão e a rádio e estão nas mãos de cinco famílias. O dia inteiro martelando. Primeiro a Dilma era ladra, não sei o que, aquela coisa de misoginia. O Lula era ladrão e não sei o que. Hoje eles estão começando a ficar na dúvida porque está muito claro que a perseguição é contra um lado, só contra o PT. Nem os outros partidos de esquerda, só contra nós. É para pegar o Lula e não é outra coisa (MENDES, 2018).

Como é possível inferir pelas citações anteriores, a regulação da mídia se tornou um consenso junto aos intelectuais do Partido dos Trabalhadores, considerada urgente para a democratização da comunicação no país.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O primeiro esforço desse trabalho de pesquisa foi trabalhar a definição dos conceitos de regulação e de regulamentação. A regulamentação é uma atividade do Poder Executivo, fechada e menos dinâmica, funcionando como um planejamento em longo prazo dos limites para a atividade exercida. Já a regulação é uma atividade atribuída a um órgão

regulador, operando como instrumento dinâmico que avalia o que ocorre no momento dos acontecimentos, reagindo aos mesmos. No caso brasileiro ainda parece ser preciso regular e regulamentar a mídia. O país precisa pensar numa regulamentação forte, que garanta a defesa da democracia e os direitos individuais, incluindo o direito de resposta, evitar a formação de monopólios e oligopólios, reduzir a concentração midiática existente e, ainda, retirar concessões de propriedade de políticos que legislam em favor próprio garantindo assim o acesso a informação de qualidade e o trato da comunicação como um direito democrático.

É importante também regular a mídia, a exemplo de outros setores - como a vigilância sanitária, energia elétrica, água, telecomunicações etc. A comunicação como direito público deveria ter agência reguladora própria que tratasse de assuntos específicos com a dinâmica necessária, visto que o campo se encontra em constante crescimento e em mudança (ver os novos aplicativos de mensagens instantâneas que dominaram a temática nas eleições). É necessário, ainda, defender a representação popular e a comunicação como direito público. Daí a importância de defender a regulação caso se pretenda atingir uma comunicação democrática e aprofundada no conteúdo informativo e combater a formação de oligopólios que concentram a mídia de forma horizontal, vertical e cruzada. Nesse cenário é necessário dar atenção especial à televisão. Segundo a Pesquisa Brasileira de Mídia de 2016, a TV é o principal veículo de massa, o que torna urgente e necessário uma regulação para o setor.

A única e melhor tentativa de democratizar a mídia em nível de governo federal foi o conjunto de medidas dos governos do PT. No que tange à comunicação, os governos do Partido tentaram implementar medidas para democratizar o campo da comunicação. Na Confecom, por exemplo, foram aprovadas 633 resoluções com a finalidade de orientar a política da área da comunicação. Dentre outras coisas, estavam previstos o combate à concentração da mídia, a realização de consultas e audiências públicas nos procedimentos de renovação das concessões e o fortalecimento do sistema público de comunicação. Nenhuma dessas 633 resoluções foi colocada em prática.

Hoje, de todas as medidas apontadas na Confecom, nenhuma foi levada adiante. A TV Brasil não existe mais como TV pública desde o começo do seu desmonte no governo Michel Temer (2016-2018) e se aprofundou no governo Bolsonaro, a partir de 2019, com a fusão entre a NBR e TV Brasil, o que deu origem à “Nova TV Brasil”, que não é pública. Não se sabe, ainda, se existirá outro período de governo federal com o PT à frente. Se houver, haverá novamente tentativas de regulação da mídia? Em qualquer situação, haverá força para colocá-la em vigor?

## REFERÊNCIAS

- ADRIELY, Patrícia. Em entrevista, Lula defende democratização da comunicação. Jornalistas Livres. [online] Disponível em <https://jornalistaslivres.org/2017/10/entrevistalulamg/>. Acesso em 20 jan.2018.
- AGGEGE, Soraya. PT defende regulação da mídia. Carta Capital [online] Disponível em <https://www.cartacapital.com.br/politica/congresso-do-pt-prega-regulacao-da-midia-brasileira>. Acesso em 14 jan.2018.
- CABRAL, Eula Dantas Taveira. Mídia no Brasil: Concentração das Comunicações e Telecomunicações. Revista Eptic, vol 17, nº3. Disponível em <https://seer.ufs.br/index.php/epitic/article/view/4298/pdf>. Acesso em 20 jan. 2018.
- CONFECOM. Caderno da 1ª Conferência Nacional de Comunicação. Brasília: Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, 2010.
- CONSTITUIÇÃO da República Federativa do Brasil. Disponível em 18/10/2019 em <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm)>
- COUTINHO, Carlos N. Cultura e sociedade no Brasil. Ensaios sobre ideias e formas. RJ: DP&A, 2005.
- GRAMSCI, Antônio. Os intelectuais. O princípio educativo. Cadernos do Cárcere. Vol. 2: Os intelectuais. O princípio educativo. Jornalismo. RJ: Civilização Brasileira, 2001.
- LEAL FILHO, L. L. A melhor TV do mundo. São Paulo: Summus, 1997.
- LEI nº 12.485/2011 – Dispõe sobre a comunicação audiovisual de acesso condicionado. Disponível em <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2011-2014/2011/Lei/L12485.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2011/Lei/L12485.htm)>
- LIMA, Luciana. PT define como prioridade projeto de regulação da mídia. Portal Último Segundo. Disponível em < <http://ultimosegundo.ig.com.br/politica/2014-11-03/pt-define-como-prioridade-projeto-de-regulacao-da-midia.html>>. Acesso em 12 jan. 2018.
- LIMA, Venício. Regulação das Comunicações: História, Poder e Direitos. São Paulo: PAULUS, 2011.
- MENDES, Francisval. Diretor distingue atribuições para regular e regulamentar. 2011. Portal RDNEWS. Disponível em <http://www.rdnews.com.br/blog-do-romilson/artigos/diretor-distingue-atribuicoes-para-regular-e-regulamentar/27838>; acesso em 10 ago. 2019.
- MENDES, Gilbran. Eleonora Menicucci: “Nosso maior erro foi não ter feito o marco regulatório da mídia”. Disponível em <https://www.sul21.com.br/postsrascunho/2018/03/eleonora-menicucci-nosso-maior-erro-foi-nao-ter-feito-o-marco-regulatorio-da-midia/>. Acesso em 03 jan.2019.
- O PT e a regulação da mídia. O Estado de S. Paulo, edição de 18 de junho de 2014 [online]. Disponível em <http://opiniao.estadao.com.br/noticias/geral,o-pt-e-a-regulacao-da-midia-imp,1514002>. Acesso em 13 ago. 2019.
- PERES, Bruno. Dilma vai “tirar dúvidas” no Facebook sobre o Marco Civil da Internet. Valor Econômico. Disponível em <http://www.valor.com.br/politica/3525228/dilma-vai-tirar-duvidas-no-facebook-sobre-o-marco-civil-da-internet> Acesso em 13 jul. 2017.

PIETRO, Maria Silva Zanella Di. Limites da função reguladora das Agências diante do princípio da legalidade. 2ª edição. Belo Horizonte: Editora Fórum, 2003.

PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA. Secretaria de Comunicação Social. Pesquisa Brasileira de Mídia. [Online] Disponível em <http://pesquisademidia.gov.br>. Acesso em 10 jan. 2018.

RAMOS, Murilo César. O feitiço do tempo e a regulação da mídia. Jornal GGN. [online] Disponível em <https://jornalgggn.com.br/noticia/a-conversa-mole-do-pt-sobre-regulacao-da-midia-por-murilo-ramos>. Acesso em 20 jan. 2019.

SANTOS, Dayane. Em seminário, Flávio Dino e Haddad defendem regulação da mídia. Portal Vermelho. [online] Disponível em <http://www.vermelho.org.br/app/noticia/301178-1>. Acesso em 20 jan. 2018.

SILVA, Luiz. Jornalismo Público - O social como valor-notícia . Brasília, DF. Casa das Musas, 2002.

VIOLIN, Tarso Cabral. Não Regulamentação. In: GONCALVES, Miriam (org.). Enciclopédia do Golpe, v.2 - O papel da Mídia. Bauru: Canal 6, 2018. p. 153-160.

WALTENBERG, Guilherme. Em blog, Dirceu diz que regulação da mídia é prioridade do PT em 2013. O Estado de S. Paulo. [online] 05 de novembro de 2012. Disponível em <http://politica.estadao.com.br/noticias/geral,em-blog-dirceu-diz-que-regulacao-da-midia-e-prioridade-do-pt-em-2013,955977>. Acesso em 16 jan. 2018.

## OS DOIS LADOS DO ATLÂNTICO: PANORAMAS DA TV NO BRASIL, EM CABO VERDE E EM PORTUGAL

Vitor Pereira de Almeida

Ricardo Matos de Araújo Rios

Trabalho apresentado, em sua primeira versão, no GP Geografias da Comunicação, XX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

**RESUMO:** Este trabalho tem como proposta a realização de uma pesquisa exploratória inicial da televisão no Brasil, em Cabo Verde e em Portugal. A lusofonia percorre os países que estão inseridos na Comunidade dos Países de Língua Portuguesa, a CPLP. O texto destaca como a televisão surge pública em Portugal e Cabo Verde em contraponto ao Brasil, onde nasce comercial. Como recurso metodológico, utilizamos da pesquisa bibliográfica associada à análise documental. É possível concluir que, apesar das diferenças existentes, a televisão é um dos veículos de comunicação mais importantes nos países estudados.

**PALAVRAS-CHAVE:** Brasil; Cabo Verde; Portugal; Geografias da Comunicação; Televisão.

**ABSTRACT:** This work proposes to carry out an initial exploratory research on television in Brazil,

Cape Verde and Portugal. Lusophony runs through countries that are part of the Community of Portuguese Speaking Countries, the CPLP. The text highlights how television appears public in Portugal and Cape Verde as opposed to Brazil, where television is born commercial. As a methodological resource, we use bibliographic research associated with documentary analysis. It is possible to conclude that, despite the existing differences, television is one of the most important vehicles of communication in the countries studied.

**KEYWORDS:** Brazil; Cape Verde; Portugal; Geographies of the Communication; Television.

### INTRODUÇÃO

Importante veículo de comunicação, a televisão moldou a cultura contemporânea dos países lusófonos. Das novelas, que desenvolveram o debate público, ao ensino da língua portuguesa, que fomentou o uso do Português em vários países, a TV faz parte do dia-a-dia de milhões de pessoas que vivem no espaço da Comunidade de Países de Língua Portuguesa (CPLP).

Mesmo com o crescimento das plataformas de *streaming*, a televisão mantém-se forte, seja pela dificuldade de acesso à internet ou à tecnologia. Para compreender o panorama atual do meio em três países (a saber, Brasil, Cabo Verde e Portugal), este

trabalho se propõe a fazer uma exploração sobre a situação atual da televisão nos três Estados citados.

Esta exploração contemplará os canais FTA, ou seja, os canais abertos de televisão. Como alicerce teórico, o trabalho usa os conceitos de Lusofonia, de Godoy (2015), Comunidades Imaginadas, de Anderson (2008), e Ambiente Internacional, de Zahreedine (2015).

A finalidade é agregar dados documentais da televisão destes países e compreender o processo evolutivo do veículo, para que seja possível compreender o estado atual no que tange a situação das empresas e do modelo seguido por cada um dos países (se é público, privado ou híbrido).

Espera-se, assim, que o levantamento possa contribuir no debate sobre o futuro da televisão no espaço lusófono.

### **O que é a CPLP?**

A CPLP é uma organização internacional formada por países lusófonos criada em 17 de julho de 1996 por Angola (República de Angola), Brasil (República Federativa do Brasil), Cabo Verde (República de Cabo Verde), Guiné-Bissau (República da Guiné-Bissau), Moçambique (República de Moçambique), Portugal (República Portuguesa) e São Tomé e Príncipe (República Democrática de São Tomé e Príncipe). Em 2002, após declarar independência, o Timor-Leste (República Democrática de Timor-Leste) se tornou país integrante da organização e, em 2014, a Guiné Equatorial (República da Guiné Equatorial) se tornou membro. Portanto, a CPLP é formada por nove Estados Soberanos em que a língua oficial ou uma delas é a língua portuguesa. Além dos países membros, existem dezenove observadores associados: o Principado de Andorra, a República Argentina, a República do Chile, a República Eslovaca, a República Francesa, a Geórgia, a Hungria, o Japão, a República Italiana, o Grão-Ducado de Luxemburgo, a República de Maurício, a República da Namíbia, o Reino Unido da Grã-Bretanha e da Irlanda do Norte, a República do Senegal, a República da Sérvia, a República Tcheca, a República da Turquia, a República Oriental do Uruguai e a Organização dos Estados Ibero-americanos para Educação, Ciência e Cultura. Outros dez países já manifestaram seu interesse em aderir como membros observadores associados. A comunidade possui um canal de televisão chamado TV CPLP, produzido pela própria Comunidade dos Países de Língua Portuguesa e custeado pela UNESCO (Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura) e pelo governo português. A proposta é que o canal seja transmitido internacionalmente com os programas todos em português.

Tudo isso demonstra a importância da Comunidade dos Países de Língua Portuguesa. O objetivo principal da CPLP é o “aprofundamento da amizade mútua e da cooperação entre os países membros” e, ainda, “A concertação político-diplomática

entre seus estados membros, nomeadamente para o reforço da sua presença no cenário internacional; A cooperação em todos os domínios, inclusive os da educação, saúde, ciência e tecnologia, defesa, agricultura, administração pública, comunicações, justiça, segurança pública, cultura, desporto e comunicação social; A materialização de projetos de promoção e difusão da língua portuguesa”, segundo o site oficial da CPLP<sup>1</sup>.

A comunicação e a regulação da mídia são temas tão importantes na CPLP que, em 22 de outubro de 2009 a CPLP criou Plataforma das Entidades Reguladoras da Comunicação Social dos Países e Territórios de Língua Portuguesa (PER). Sete dos nove integrantes da CPLP constituem a PER (Angola, Cabo Verde, Guiné-Bissau, Moçambique, Portugal, São Tomé e Príncipe e Timor-Leste). As únicas exceções são o Brasil e a Guiné Equatorial (país membro mais recente, associado em 2014, portanto antes da criação da PER). A PER tem o propósito de “ser um fórum de discussão e cooperação, de intercâmbio de informações regulares e de investigação em matérias relativas à regulação da comunicação social”, segundo o website oficial da Plataforma<sup>2</sup>.

Mas, como países tão diferentes entre si, constituem uma mesma comunidade? Para que seja possível a realização dessa reflexão, faz-se necessário destacar alguns aspectos desses países e como a lusofonia está presente ou não. Cabe ressaltar que, para fins de detalhamento e citação nesse trabalho de pesquisa, foram considerados apenas os canais de televisão abertos e com abrangência nacional nos respectivos países. O foco desta análise está nos três países objetos do estudo.

## **Lusofonia como conceito teórico**

Países geograficamente tão distantes acabam unidos pela lusofonia. Aqui, definimos lusofonia como a comunidade formada pelos povos e nações que compartilham a língua e a origem portuguesas. Há que destacar que esses países foram colonizados por Portugal, ou seja existe uma clara “linha de poder” definida. A colonização partiu de Portugal e foi imposta aos outros países. Não só isso, mas também é importante destacar que a globalização “desfez” boa parte das barreiras geográficas. Porém, ainda nos dias de hoje, culturas diferentes existem nos países estudados.

Em suas origens, Portugal trouxe e impôs sua cultura aos colonizados. E, a partir disso, se construiu a ideia de nação e identidade da comunidade lusófona. Como aponta Anderson (p. 261), o nacionalismo surgiu primeiro na América como uma ferramenta para afirmação dos primeiros Estados nacionais existentes no continente. Estados, estes, que queriam se separar das metrópoles europeias. O uso do termo “Novo Mundo” para se referir à América criava nos *criollos* a consciência de uma comunidade paralela à Europa. Além disso, as escolhas léxicas reforçam a ideologia por meio de comunidades imaginadas. Ao

<sup>1</sup> Disponível em <https://www.cplp.org/id-2763.aspx>. Acesso em 10 ago. 2020

<sup>2</sup> Disponível em <http://plataforma-per.org/conteudo.php?ACABYwZg=AAEBVwZCUE0GXQUFU05QSgNLBwQte-la9Xr1&ACABYwZu=AGEBMQYT1mais&ADwBawZpUGcGdwU3=ACABDgtela9Xr1tela9Xr1>. Acesso em 10 ago. 2020

tratar os países lusófonos como parte de uma Comunidade de Países, como no caso da CPLP, ou como um grupo único, que se irmana em torno de uma característica que os une ao redor do aspecto linguístico, há o reforço desta comunidade imaginada da lusofonia, independente das distâncias geográficas que ocorram. Isso acontece porque a noção de comunidade pressupõe homogeneização identitária, algo que não acontece em uma sociedade, que tem a pluralidade como um de seus principais pilares.

Mas, se o Ambiente Internacional caracteriza-se pelo estado anárquico, como é possível traçar regramentos e associações por meio de instituições? Zahreddine (2015) pontua que, no Ambiente Internacional, o institucionalismo da escolha racional possui quatro propriedades: emprego de série de pressupostos comportamentais; vida política como uma série de dilemas de ação coletiva; interação estratégica na determinação das situações políticas; ideia de acordo voluntário como origem das instituições. Com base nisso, as instituições têm as seguintes funções: facilitar o estabelecimento de acordos mutuamente benéficos entre os governos, acordos estes que não seriam alcançados sem ação coletiva; coordenação e colaboração para redução de conflitos.

Godoy et al. (2015, p. 3-5) apresentam uma conceituação política da Lusofonia da seguinte maneira:

Apesar de a globalização ser um fenômeno que remete a múltiplas dimensões – políticas, econômicas e culturais, por exemplo – chama-se atenção para as possibilidades abertas pela intensificação do uso das novas tecnologias da informação uma vez que isso tem o poder de ampliar enormemente a integração entre as comunidades lusófonas (Martins, 2014).

Possivelmente isso ajude a explicar o crescente interesse por temas ligados à lusofonia e que Cristóvão et al. (2007) nomeiam de “lusografia”, termo que expressa um espaço múltiplo onde a língua portuguesa impera, predominantemente a escrita, não necessariamente a falada. A cidadania lusófona não é necessariamente um espaço real e talvez nunca possa ser verdadeiro, embora o projeto de criação de um espaço com tais atributos venha ganhando vigor nos últimos anos. Nenhum outro povo, além dos portugueses, deixou um rastro de influência semelhante, durante o projeto de colonização (Lopes, 2003).

O conceito de lusofonia tem sido expressivamente ampliado, atingindo não apenas o universo linguístico, mas se ampliando para o compartilhamento de elementos culturais, contribuindo para a promoção e o desenvolvimento conjunto dos países envolvidos, também como estratégia de internacionalização da língua portuguesa (Vanspauwen, 2012). Neste sentido, a lusofonia é importante por instituir um espaço geolinguístico, como um processo de alongamento, na medida em que cria uma relação mais profunda em diferentes contextos sociais (Giddens, 1990). Desse modo, acaba por se transformar em uma identidade de comunidade em redes e cada vez menos de mercado (Freixo, 2009). (GODOY *et alli*, 2015, p. 3-5)

No Ambiente Internacional, a Lusofonia não só encontra respaldo para ser uma Comunidade Imaginada, mas também se transforma em aglutinadora transnacional e

instituição pluriestatal consolidada (como é o caso da CPLP). Mesmo que Lourenço (2001, p. 182) considere a CPLP “um refúgio imaginário”, o fato é que ela existe e é uma instituição internacional, conforme as definições apresentadas por Zahreddine (2015).

## Um panorama dos países analisados

A República Federativa do Brasil está localizada na América do Sul. O Brasil é o maior em extensão territorial da América do Sul e o maior país lusófono do mundo. Em 1822 se declarou independente de Portugal, tornando-se um império e concentrando os poderes nas mãos de Dom Pedro I, primeiro imperador do Brasil. Em 1889, o país torna-se uma república. Possui uma área total de 8.515.767.049 km<sup>2</sup> e uma população estimada, em 2018, em 208.846.892 habitantes<sup>3</sup>. É uma República Federativa Presidencialista. Possui cinco canais de televisão a nível nacional e abertas: Rede Globo de Televisão, Sistema Brasileiro de Televisão (SBT), RecordTV, Bandeirantes (Band) e a TV Brasil (governamental desde o golpe de 2016). A ANATEL, Agência Nacional de Telecomunicações é a responsável pela fiscalização do setor de mídia no país.

A República de Cabo Verde é um país insular localizado em um arquipélago de dez ilhas na região central do Oceano Atlântico. Tornou-se independente de Portugal em 1975 e adotou o Português como língua oficial. Possui uma área total de 4.033 km<sup>2</sup> e uma população estimada, em 2018, em 568.373 habitantes<sup>4</sup>. É uma República Unitária Semipresidencialista. Os órgãos oficiais que regulam a comunicação social em Cabo Verde são a Autoridade Reguladora da Comunicação Social de Cabo Verde (ARC) e a Direcção - Geral da Comunicação Social. No campo das comunicações e em especial da televisão, Cabo Verde possui 4 canais: TCV - Televisão Cabo Verde, TCV Internacional (ambos públicos), Record Cabo Verde e Tiver. O Tiver ainda não possui número de registro junto ao ARC. O país conta com a TV CLPL (canal de TV feito pela Comunidade dos Países de Língua Portuguesa, financiado pela UNESCO e pelo governo Português) e a RTP África (canal coproduzido pela RTP – Rádio e Televisão de Portugal - destinado aos países lusófonos africanos), também não produzidos no país, mas acessíveis à população.

A República Portuguesa, é um país localizado no sudoeste da Europa. Estabeleceu-se como reino em 1139 tendo o Português como língua oficial. Possui uma área total de 92.090 km<sup>2</sup> e uma população estimada, em 2018, em 10.355.493 habitantes<sup>5</sup>. É uma República Constitucional Unitária Semipresidencialista. A Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC) é a entidade responsável por regular a comunicação social no país. Possui seis canais de TV aberta para todo o país (RTP1, RTP2, RTP3, RTP Memória

---

3 Dados disponíveis em [https://www.cia.gov/library/publications/resources/the-world-factbook/geos/print\\_br.html](https://www.cia.gov/library/publications/resources/the-world-factbook/geos/print_br.html). Acesso em 17 set. 2020

4 Dados disponíveis em [https://www.cia.gov/library/publications/resources/the-world-factbook/geos/print\\_cv.html](https://www.cia.gov/library/publications/resources/the-world-factbook/geos/print_cv.html). Acesso em 17 set. 2020

5 Dados disponíveis em <https://www.cia.gov/library/publications/resources/the-world-factbook/geos/po.html>. Acesso em 17 set. 2020

– públicos -, SIC e TVI), além dos canais RTP Açores, RTP Madeira e ARTV. O país conta com a TV CLPL (canal de TV feito pela Comunidade dos Países de Língua Portuguesa, financiado pela UNESCO e pelo governo Português) e a RTP África (canal coproduzido pela RTP – Rádio e Televisão de Portugal - destinado aos países lusófonos africanos) – mesmo sendo um país europeu.

## Panorama da TV no Brasil

O Brasil é um país com proporções continentais, o que por si só dificulta análises e torna mais trabalhoso uma comunicação plural visto que não existe acessibilidade aos veículos que produzem material audiovisual em todos os rincões do país; a produção audiovisual se encontra concentrada no eixo sudeste-sul. A televisão aberta, principal foco da pesquisa, e o rádio chegam a mais de 99% das residências do país e sete famílias dominam esses veículos de comunicação<sup>6</sup>.

Dada a concentração do setor de mídia, os grupos detentores acabam exercendo influência nas políticas destinadas à comunicação. Ao se tratar da televisão aberta em específico, os moldes americanos de concessão foram seguidos na implantação da televisão brasileira, o que acabou por consolidar a exploração das concessões de radiodifusão por parte do Estado a grupos privados; criando o oligopólio de mídia atual. Assim, os grupos televisivos tiveram uma facilitação para concentrar grande e forte influência política, econômica e social. Durante décadas, se perpetuou no país um sistema inteiramente comercial.

A televisão constitui um dos mais importantes veículos de comunicação de massas no Brasil, informação e entretenimento; mesmo com o acesso à internet se popularizando cada vez mais. Dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística revelam que 97,2% dos brasileiros tem um aparelho de televisão no lar (IBGE, 2015). Ainda, segundo a Pesquisa Brasileira de Mídia, 89% das pessoas utilizam a televisão como fonte de informação; 77% veem televisão 7 dias por semana em uma média de 3 horas e meia diárias (Pesquisa Brasileira de Mídia, 2016). Esses dados demonstram a importância e a influência do veículo de comunicação “televisão” na vida cotidiana dos brasileiros e seu poder em informar e entreter; ainda, seu potencial como agente formador de opinião.

Com a internet é possível, até mesmo, ver televisão fora da televisão. Aplicativos e o próprio site de hospedagem de vídeos *YouTube* permitem ao espectador assistir a programas que querem ver pela primeira vez, lembrar algum detalhe ou rever na íntegra. Em outras palavras, a TV também pode ser assistida fora do fluxo da grade de programação.

A televisão é concebida, no Brasil, como um rádio com imagens, por falta de

---

6 As famílias Marinho da Globo, a Abravanel (Sílvio Santos) do SBT, Macedo da Record, a família Saad da Band, a Frias da Folha de S. Paulo, a Mesquita do Estadão e a Civita da editora Abril (Veja) - O Grupo Abril, da família Civita, foi vendido em 20/12/2018 para o empresário Fábio Carvalho, dono da sociedade de investimentos Legion Holdings.

conhecimento e de lida com a imagem naquele momento. Ao longo de décadas se perpetuou no país um sistema inteiramente comercial. Seguindo os moldes americanos de concessão, consolidou-se a exploração das concessões de radiodifusão por parte do Estado a grupos privados; nesse ponto o Brasil se difere da Europa, onde a televisão nasce pública e os setores comerciais só entram posteriormente. Assim, os grupos televisivos no Brasil tiveram uma facilitação para concentrar grande e forte influência política, econômica e social.

Os moldes americanos de televisão foram seguidos numa experiência abraçadora de fazer uma televisão vinda do rádio. A lógica pública da comunicação como um direito e, portanto, da necessidade de possuir uma televisão pública, demora a ser construída na sociedade. O maior expoente da TV Pública era a TV Brasil, rede de televisão nacional criada em 2007; ou seja, somente 57 anos após o surgimento da televisão no país é que se cria uma rede pública nacional de televisão. A lógica capitalista do lucro norteando a informação veiculada aos cidadãos impede que critérios de pluralidade sejam levados em conta na produção das notícias/informação. A TV Brasil segue pública até a fusão com a programação da TV NBR no governo Bolsonaro.

Falta, ainda hoje, no Brasil, regulação e regulamentação de mídia no país. Além de existir a concentração já citada dos veículos televisivos ainda tem-se outro problema no Brasil. O dono de uma rádio pode ter uma TV, um jornal e um site de notícias. Assim, por exemplo, a informação saída do rádio também é transmitida pela TV, pelo jornal e pelo site. Vê-se a notícia no Jornal Nacional, lê-se a mesma notícia no site de notícias G1, lê-se também nos impressos “O Globo” e “Extra”, nas revistas lê-se na Época e ouve-se a notícia na Rádio Globo. Cria-se o aspecto de uma materialidade incontestável aquela informação. É necessário combater a concentração do oligopólio e das múltiplas propriedades de veículos de comunicação também. Mesmo com a regulação da mídia sendo citada na Constituição de 1988, nada foi feito no sentido de impor limites às concessões e ao material audiovisual veiculado pelas TVs (a regulação prevista é para a comunicação; mas, no caso desse trabalho em específico, enfoca-se a regulação das televisões). Nessa perspectiva, regular a mídia não indica censurar os meios. E, mais, um tipo de censura ocorre ao se manter esse oligopólio de mídia com uma única visão dominante. A regulação é um assunto amplamente discutido na conjuntura política da América Latina atualmente, principalmente após a ascensão de governos de esquerda em muitos países (a pauta da regulamentação é, claramente, defendida pela esquerda política na América Latina). A radiodifusão, assim como a saúde e a energia, é um serviço público, regido por leis específicas e que deve ser prestado visando o interesse público. A regulação está prevista em lei e deveria ser cumprida.

## Panorama da TV em Cabo Verde

Para descrevermos a televisão em Cabo Verde é necessário primeiro entender o processo de construção do país. Ele foi colônia de Portugal até 1975 quando se tornou independente. Em dezembro de 1974 foi assinado um acordo entre o Partido Africano para a Independência da Guiné e Cabo Verde e o governo português. A partir daí foi instalado um governo de transição no país que preparou eleições para a assembleia nacional. Por fim, em 1975 o país se tornou independente. A televisão só começa a operar no país em 1984, portanto quase dez anos após sua independência.

De acordo com Rodriguez et al. (2007), a televisão em Cabo Verde começou em 1984, com a pública TVEC (Televisão Experimental de Cabo Verde). Em 1990 o canal foi renomeado para TNCV (Televisão Nacional de Cabo Verde). Em 2001, o canal passou a se chamar TCV (Televisão de Cabo Verde), nome que mantém até hoje. Em 1997, após um acordo entre Cabo Verde e Portugal, o país passou a receber via sinal aberto a RTP Internacional e em 2006 o país ganhou seu primeiro canal privado, a TV Record Cabo Verde.

Com uma emissão diária de poucas horas, a TVEC era uma estação muito amadora, marcada sobretudo por diversas falhas técnicas. Podemos considerar que o período da TVEC foi o momento em que se formaram os primeiros profissionais da televisão em Cabo Verde. Passando do regime experimental, a televisão cabo-verdiana foi baptizada de TNCV [Televisão Nacional de Cabo Verde]. Depois da abertura política, o Governo liderado por Carlos Veiga levou a cabo o processo de reestruturação dos órgãos de comunicação públicos, juntando a então Rádio Nacional de Cabo Verde e a antiga TNCV numa única empresa, chamada de RTC. O processo de fusão entre as duas empresas audiovisuais do sector público fez com que a rádio passasse a ser chamada de RTC FM e a televisão ficou com o nome de RTC. O primeiro Governo de José Maria Neves, que fez com que o PAICV voltasse ao poder na legislatura de 2001-2006, prometeu “reformular e modernizar o sector público da Comunicação Social, procurando a desejada normalidade de funcionamento num contexto de rigor e autonomia”, acrescentando ainda que iria levar a cabo um “plano de redimensionamento dos quadros e serviços da RTC, S.A. e da Inforpress, S.A., bem como a reestruturação económica e financeira das mesma” (Resolução n.º 5-A de 2001, de 13 de Março; Boletim Oficial, I Série, n.º 6 Programa do Governo). Em 2004, houve uma pseudo-reestruturação “dos media do Estado, com definição dos contratos de prestação de serviços para a RCV, TCV e o Estado” (A Semana, edição de 31 de Dezembro de 2004). Entretanto, a única grande mudança que houve na RTC depois do regresso do PAICV ao poder foi a separação editorial entre a rádio e a televisão do Estado, ficando ligados administrativamente, através do Conselho de Administração da Rádio-Televisão Cabo-verdiana (Évora, 2007, p. 61).

O país possui quatro canais de TV abertos: TCV, que é público, RTP África, RecordTV Cabo Verde e Tiver. Os dois últimos são canais privados.

## Panorama da TV em Portugal

A televisão em Portugal começou suas atividades com a RTP 1 em 1957, canal de TV público. Em 1968 surgiu a RTP 2 e em 1992 é criado o RTP Internacional. Dado o caráter público, a RTP possui mais canais abertos, tendo sido lançados os canais RTP Madeira em 1972 e a RTP Açores em 1975. Em 1998 é criado o RTP África, voltado a países lusófonos fora de Portugal. Em 2004, é criado o RTP Memória e em 2015, o RTP 3.

A TV em Portugal surge pública e posteriormente há a entrada do caráter comercial. Em 1992 o mercado de televisão foi aberto ao mercado privado, com o leilão de duas novas redes de TV: a SIC e a TVI. Segundo Sobral (2012, p. 147-148) esse momento foi marcante na televisão portuguesa.

Assistimos, nos anos 90 do século XX, ao aparecimento de dois canais de televisão privados em Portugal, a Sociedade Independente de Comunicação (SIC), que começou a operar em 6 de outubro de 1992, e a Televisão Independente (TVI), que realizou a sua primeira emissão em 20 de fevereiro de 1993. Como facilmente se compreende, este momento assinala uma viragem marcante no sistema televisivo português e faz com que a televisão adquira uma nova dimensão na sociedade portuguesa (Cunha, 2008: 6). Os operadores privados de televisão permitiram não só aumentar a oferta de programas, como introduziram modificações na forma de se fazer televisão no nosso país e estabeleceram uma relação de proximidade com o telespectador. Como recorda Felisbela Lopes (2007a: 7), a estação de Carnaxide (SIC) começou por apresentar um noticiário onde pela primeira vez se deixava ver a zona de retaguarda das notícias: o lugar onde elas são fabricadas e mais tarde a TVI, transformando o cidadão comum no protagonista do entretenimento televisivo (Big Brother, 2000), conquistava as audiências para um novo tipo de programação. Na televisão pública verifica-se que a RTP1 opta por uma estratégia comercial mais agressiva (Cádima, 2011: 79), enquanto o canal 2 aprofunda o caráter de complemento cultural para “minorias qualificadas” (Sobral, 2012, p. 147 - 148).

Como demonstrado no texto, a TV segue caminhos distintos e antagônicos no Brasil e em Cabo Verde e Portugal. No Brasil, surge comercial e sem legislação específica. Em Cabo Verde e em Portugal surge pública e com legislação específica. Há que se ressaltar que Cabo Verde enquanto antiga colônia de Portugal acompanha o sistema executado pelos portugueses.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Apesar de períodos diferentes de desenvolvimento, os três países possuem sistemas híbridos de televisão, convivendo com privado e público, em maiores e menores proporções. Ainda que o governo brasileiro tenha acabado com o status de canal público<sup>7</sup>

<sup>7</sup> O canal público, apesar de ser financiado pelo Estado, não possui interferência dele. O canal estatal, por outro lado, serve os interesses do governo e do Estado na difusão de informações que os favoreça.

da TV Brasil/EBC, o transformando em estatal, o Brasil ainda possui canais públicos, como a TV Cultura, financiada pelo Estado de São Paulo, por exemplo. Essa convivência é excelente para o bom desenvolvimento do parque profissional da televisão, permitindo que o arsenal criativo possa ser aproveitado nos dois sistemas. Isso mostra um panorama de desenvolvimento da televisão nos três países.

Entretanto, o público brasileiro ainda não compreende a diferença entre os sistemas público e privado, justamente porque o privado foi pioneiro no país. Com isso, muitas pessoas acreditam em uma ideia (errônea) de que a TV pública, como era a TV Brasil/EBC, deva dar lucro e grande audiência. Pelo contrário, seu papel é dar voz às manifestações que a TV privada não dá, independente de lucro e audiência. Se pensarmos que um dos principais produtos da TV pública/estatal brasileira (seja ela federal ou estadual) é a programação infantil, com diversos produtos financiados pelas Leis de Incentivo à Cultura, pelo Fundo Setorial do Audiovisual (FSA) e por outros programas da Agência Nacional do Cinema (ANCINE), vê-se aí que é possível investir em produtos públicos e que dão audiência.

Para Cabo Verde e Portugal, a compreensão sobre a separação dos sistemas público e privado é muito claro, pois o sistema inicial foi o público, abrindo espaço depois ao mercado privado. Com isso, o sistema público ganha concorrência forte e precisa investir em novos produtos e profissionais para manter audiência e relevância junto ao espectador. A existência clara dos dois sistemas na cabeça do público permite também a existência de leis robustas para regulamentação da mídia, algo incipiente no Brasil e difícil de ser aplicado, já que o mercado privado vende essa questão como censura e não como uma tentativa de desconcentração do mercado.

Porém, algo une os três países no que tange a televisão: a falta de espaço para novos *players*. Cabo Verde deve abrir novos espaços privados com a digitalização do sinal da TV, mas sem explicar quais benefícios ou apoios serão oferecidos aos novos operadores. Portugal não pretende abrir a concorrência para uma quarta rede de TV no país, mantendo apenas o espaço aberto para novos canais na TV paga. A eterna crise de anunciantes no Brasil impede o surgimento de novos canais e a manutenção dos pequenos canais existentes, que sem financiamento do mercado, precisam vender horários na programação para igrejas e outros exploradores externos. No Brasil, o paradoxo dos canais públicos de Cabo Verde e Portugal acontece com os novos canais do sistema privado: onde não há investimento em programação e produtos não há audiência para competir com outros canais.

Espera-se que este trabalho tenha contribuído com o diálogo e a discussão sobre a televisão no ambiente da CPLP.

## REFERÊNCIAS

ANDERSON, Benedict. **Comunidades Imaginadas**: reflexões sobre a origem e a difusão do nacionalismo. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.

ARCTEL-CPLP (2017). **Anuário das Comunicações 2017**. Acesso em 22 jul. 2020 em: <http://www.arctelcplp.org/app/uploads/publicacoes/4782554725dced5a140e04.pdf>.

CIA World Factbook. **Brazil**. Disponível em [https://www.cia.gov/library/publications/resources/the-world-factbook/geos/print\\_br.html](https://www.cia.gov/library/publications/resources/the-world-factbook/geos/print_br.html). Acesso em 17 set. 2020.

CIA World Factbook. **Cabo Verde**. Disponível em [https://www.cia.gov/library/publications/resources/theworldfactbook/geos/print\\_cv.htm](https://www.cia.gov/library/publications/resources/theworldfactbook/geos/print_cv.htm). Acesso em 17 set. 2020

CIA World Factbook. **Portugal**. Disponível em <https://www.cia.gov/library/publications/resources/the-world-factbook/geos/po.html>. Acesso em 17 set. 2020

COMUNIDADE DOS PAÍSES DE LÍNGUA PORTUGUESA. **Objetivos**. Disponível em <https://www.cplp.org/id-2763.aspx>. Acesso em: 04 set. 2020.

Évora, Silvino Lopes. Os media em Cabo Verde: percurso histórico e novas tendências. *In*: SOUSA, Helena; MARINHO, Sandra. **Anuário Internacional de Comunicação Lusófona 2007**: os media no espaço lusófono. Lisboa: Eigal, 2007.

GODOY, Rosana *et alli* (2015). **Uma leitura sobre a lusofonia** - Estudo bibliométrico de teses desenvolvidas entre 2004 e 2014. Disponível em: <https://estudogeral.sib.uc.pt/handle/10316/42298>. Acesso em 16 ago. 2020.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **PAS – Pesquisa Anual de Serviços, 2016**. [online] Disponível em <https://teen.ibge.gov.br/noticias-teen/8311-televisao.html>. Arquivo consultado em 01 set. 2020.

LOURENÇO, Eduardo. **A nau de Ícaro**. São Paulo: Cia das Letras, 2001.

PER (2017). **Plataforma das Entidades Reguladoras da Comunicação Social dos Países e Territórios de Língua Portuguesa**. Disponível em: <http://plataforma-per.org/conteudo.php>. Acesso em: 10 set. 2020.

PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA. Secretaria de Comunicação Social. **Pesquisa Brasileira de Mídia**. [Online] Disponível em <http://pesquisademidia.gov.br>. Acesso em 10 set. 2020.

Rodriguez, L. et alli (2007). **História dos Media em Cabo Verde**. Disponível em: <http://www1.ci.uc.pt/iej/alunos/media/hm.htm>. Acesso em: 12 set. 2020.

SOBRAL, Filomena Antunes. **Televisão em Contexto Português**: uma abordagem histórica e prospetiva. *Millenium*. ISSN 1647-662X. N.º 42 (2012), p. 143-159.

ZHRREDINE, Danny. **Institucionalismo**. Belo Horizonte: PUC Minas, 2015.

## OS DOIS LADOS DO ATLÂNTICO: PANORAMAS DO TELEJORNALISMO NO BRASIL E EM PORTUGAL

**Vitor Pereira de Almeida**

**Ricardo Matos de Araújo Rios**

Trabalho apresentado, em sua primeira versão, no GP Geografias da Comunicação, XXI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

**RESUMO:** Este trabalho tem como proposta realizar uma análise comparativa entre o telejornalismo no Brasil e em Portugal considerando as diferenças na constituição das formas de televisão nos dois países. No Brasil, a TV surge comercial e até hoje mantém sua força e audiência centradas nessa vertente; em Portugal, a TV surge pública e posteriormente há a inserção de redes comerciais. Isso se reflete nos telejornalismos e nos objetos escolhidos para este artigo: o Jornal Nacional, principal telejornal comercial brasileiro segundo índices de audiência e o Telejornal da RTP1, em Portugal, único telejornal lusitano disponível de forma gratuita na internet. Como recurso metodológico, utilizamos a pesquisa bibliográfica, a análise documental e a análise de conteúdo especificamente para as edições dos telejornais estudados.

**PALAVRAS-CHAVE:** Brasil; Portugal; Telejornal;

TV pública; TV comercial.

**ABSTRACT:** This work proposes to carry out a comparative analysis between telejournalism in Brazil and Portugal considering the differences in the constitution of the forms of television in the two countries. In Brazil, TV appears commercial and to this day it maintains its strength and audience centered on this aspect; in Portugal, TV appears public and later there is the insertion of commercial networks. This is reflected in the newscasts and objects chosen for this article: Jornal Nacional, the main Brazilian commercial newscast according to ratings, and Telejornal from RTP1, in Portugal, the only Portuguese newscast available free of charge on the internet. As a methodological resource, we used bibliographical research, document analysis and content analysis specifically for the editions of the TV news programs studied.

**KEYWORDS:** Brazil; Portugal; TV News; Public TV; Commercial TV.

### 1 | INTRODUÇÃO: BRASIL, PORTUGAL E A TELEVISÃO

Este artigo continua e aprofunda o trabalho apresentado neste Grupo de Pesquisa na edição passada do Intercom, o XX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, intitulado “Os dois lados do Atlântico: panoramas da TV no Brasil, em Cabo Verde e em Portugal”. Antes, apresentamos um panorama da televisão nos países estudados; agora, apresentamos um

panorama dos telejornalismos de dois países.

Sabe-se que a televisão é um importante veículo de comunicação que moldou a cultura contemporânea dos países lusófonos. Das novelas, que desenvolveram o debate público, ao ensino da língua portuguesa, que fomentou o uso do Português em vários países, a TV faz parte do dia-a-dia de milhões de brasileiros e portugueses. Mesmo com o crescimento das plataformas de streaming, a televisão mantém-se forte, seja pela dificuldade de acesso à internet ou à tecnologia.

O Brasil é um país com proporções continentais, o que por si só dificulta análises e torna mais trabalhoso uma comunicação plural visto que não existe acessibilidade aos veículos que produzem material audiovisual em todos os rincões do país; a produção audiovisual se encontra concentrada no eixo sudeste-sul. A televisão aberta, principal foco da pesquisa, e o rádio chegam a mais de 99% das residências do país e sete famílias dominam esses veículos de comunicação<sup>1</sup>.

A televisão constitui um dos mais importantes veículos de comunicação de massas no Brasil, informação e entretenimento; mesmo com o acesso à internet se popularizando cada vez mais. Dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística revelam que 97,2% dos brasileiros tem um aparelho de televisão no lar (IBGE, 2015). Ainda, segundo a Pesquisa Brasileira de Mídia, 89% das pessoas utilizam a televisão como fonte de informação; 77% veem televisão 7 dias por semana em uma média de 3 horas e meia diárias (Pesquisa Brasileira de Mídia, 2016). Esses dados demonstram a importância e a influência do veículo de comunicação “televisão” na vida cotidiana dos brasileiros e seu poder em informar e entreter; ainda, seu potencial como agente formador de opinião.

A televisão é concebida, no Brasil, como um rádio com imagens, por falta de conhecimento e de lida com a imagem naquele momento. Ao longo de décadas se perpetuou no país um sistema inteiramente comercial. Seguindo os moldes americanos de concessão, consolidou-se a exploração das concessões de radiodifusão por parte do Estado a grupos privados; nesse ponto o Brasil se difere da Europa, onde a televisão nasce pública e os setores comerciais só entram posteriormente. Assim, os grupos televisivos no Brasil tiveram uma facilitação para concentrar grande e forte influência política, econômica e social.

Os moldes americanos de televisão foram seguidos numa experiência abasileirada de fazer uma televisão vinda do rádio. A lógica pública da comunicação como um direito e, portanto, da necessidade de possuir uma televisão pública, demora a ser construída na sociedade.

A televisão em Portugal começou suas atividades com a RTP 1 em 1957, canal

---

<sup>1</sup> As famílias Marinho da Globo, a Abravanel (Sílvio Santos) do SBT, Macedo da Record, a família Saad da Band, a Frias da Folha de S. Paulo, a Mesquita do Estadão e a Civita da editora Abril (Veja) - O Grupo Abril, da família Civita, foi vendido em 20/12/2018 para o empresário Fábio Carvalho, dono da sociedade de investimentos Legion Holdings.

de TV público. Em 1968 surgiu a RTP 2 e em 1992 é criado o RTP Internacional. Dado o caráter público, a RTP possui mais canais abertos, tendo sido lançados os canais RTP Madeira em 1972 e a RTP Açores em 1975. Em 1998 é criado o RTP África, voltado a países lusófonos fora de Portugal. Em 2004, é criado o RTP Memória e em 2015, o RTP 3.

A TV em Portugal surge pública e posteriormente há a entrada do caráter comercial. Em 1992 o mercado de televisão foi aberto ao mercado privado, com o leilão de duas novas redes de TV: a SIC e a TVI. Segundo Sobral (2012, p. 147-148) esse momento foi marcante na televisão portuguesa.

Assistimos, nos anos 90 do século XX, ao aparecimento de dois canais de televisão privados em Portugal, a Sociedade Independente de Comunicação (SIC), que começou a operar em 6 de outubro de 1992, e a Televisão Independente (TVI), que realizou a sua primeira emissão em 20 de fevereiro de 1993. Como facilmente se compreende, este momento assinala uma viragem marcante no sistema televisivo português e faz com que a televisão adquira uma nova dimensão na sociedade portuguesa (Cunha, 2008: 6). Os operadores privados de televisão permitiram não só aumentar a oferta de programas, como introduziram modificações na forma de se fazer televisão no nosso país e estabeleceram uma relação de proximidade com o telespectador. Como recorda Felisbela Lopes (2007a: 7), a estação de Carnaxide (SIC) começou por apresentar um noticiário onde pela primeira vez se deixava ver a zona de retaguarda das notícias: o lugar onde elas são fabricadas e mais tarde a TVI, transformando o cidadão comum no protagonista do entretenimento televisivo (Big Brother, 2000), conquistava as audiências para um novo tipo de programação. Na televisão pública verifica-se que a RTP1 opta por uma estratégia comercial mais agressiva (Cádima, 2011: 79), enquanto o canal 2 aprofunda o caráter de complemento cultural para "minorias qualificadas" (Sobral, 2012, p. 147 - 148).

Como demonstrado no texto, a TV segue caminhos distintos e antagônicos no Brasil e em Portugal. No Brasil, surge comercial e sem legislação específica. Em Portugal surge pública e com legislação específica.

## **2 | JORNAL NACIONAL (GLOBO) E O TELEJORNAL (RTP1)**

O Jornal Nacional é o principal telejornal da Rede Globo e o mais antigo telejornal ainda em circulação na TV brasileira. É líder de audiência entre os telejornais na TV aberta<sup>2</sup> e hegemônico na área, no Brasil. O JN é exibido desde 1º de setembro de 1969 e foi o primeiro programa gerado em rede nacional. Ele é o principal responsável pelo conteúdo telejornalístico da TV Globo. É apresentado de segunda a sábado no horário de 20 horas e 30 minutos (horário do Brasil – fuso de Brasília).

O Jornal Nacional, pelo êxito de audiência, se tornou um padrão jornalístico

2 Segundo informações do Portal de Notícias RD1, vinculado à empresa brasileira de internet "Terra", pertencente ao grupo espanhol Telefónica, o Jornal Nacional atingiu 27,2 pontos de audiência em 01/01/2019. Disponível em <https://rd1.com.br/boicotada-por-fas-de-bolsonaro-globo-lidera-audiencia-com-posses-presidente/>.

a ser seguido pelas outras emissoras. Desde 1996, é apresentado por William Bonner, que atualmente é o editor chefe. Ele afirma em várias entrevistas que o Jornal Nacional apresenta “o que de mais importante aconteceu no Brasil e no mundo”. Suas duplas de bancada, que já foram Lillian Witte Fibe, Fátima Bernardes, Patrícia Poeta e Renata Vasconcellos, à exceção da primeira também ocuparam o cargo de editora-executiva. Em 2017, após muitos anos no mezanino da redação da Globo no Rio de Janeiro, o JN passou a ser apresentado dentro de uma nova newsroom construída especialmente para o telejornal e o G1 (Portal de notícias).

O Telejornal é o principal produto jornalístico da RTP 1 (Rádio e Televisão de Portugal). O Telejornal começa a ser diário 1959, na faixa das 20 horas (horário de Portugal). É transmitido simultaneamente, além da RTP 1, na RTP África e na RTP Internacional. É exibido diariamente, de domingo a domingo. Segundo o site oficial, o Telejornal apresenta a mais rigorosa seleção de notícias.

A mais rigorosa seleção de notícias, todos os dias às 20h00. De segunda a sexta, João Adelino Faria e José Rodrigues dos Santos mostram-lhe o que de mais relevante se passou o país e no mundo. Ao sábado e domingo, António Esteves e Cristina Esteves são os rostos da informação fim-de-semana. Se é importante, está no Telejornal (Site do Telejornal, 2021).

### 3 | ANÁLISES

Passa-se às análises e a apresentação da metodologia utilizada. Sob a luz da Análise de Conteúdo (Bardin, 2011) realiza-se inferências sobre os dois telejornais objetos dessa análise: O Jornal Nacional, principal telejornal brasileiro da TV comercial Globo e o Telejornal, único telejornal português disponível de forma gratuita na internet da TV pública RTP1. As edições analisadas são do dia 01 de julho de 2021, escolhidas de forma aleatória. O método utilizado para analisar esses produtos televisuais é a análise de Conteúdo (Bardin, 2011). Esse método apresentado por Bardin, segundo a autora, tem como função primordial o despertar crítico e é bastante rico em detalhes, podendo ser dividido em três etapas cronológicas: (1) pré-análise, (2) exploração do material, (3) tratamento dos resultados obtidos e interpretação. A pré-análise visa organizar os materiais a serem analisados e verificar, inclusive, a necessidade de mais coletas. Nessa etapa realiza-se a leitura flutuante do material para se familiarizar ao objeto e o que ele trata além de organizar o corpus da pesquisa. A exploração do material contempla as etapas de codificação e categorização da amostra coletada e previamente selecionada via leitura flutuante. O tratamento dos dados resultados obtidos e a interpretação é a fase final, podendo ser realizada via inferência. Segundo Fonseca Júnior (2012, p. 284)

Na análise de conteúdo, a inferência é considerada uma operação lógica destinada a extrair conhecimentos sobre os aspectos latentes da mensagem analisada. Assim como o arqueólogo ou o detetive trabalham com vestígios, o analista trabalha com índices cuidadosamente postos em evidência, tirando partido do tratamento das mensagens que manipula, para inferir (deduzir de maneira lógica) conhecimentos sobre o emissor ou sobre o destinatário da comunicação (BARDIN, 1988, p. 39-40). Por meio da inferência procura-se, por exemplo, adivinhar as intenções militares que estão por trás dos discursos de propaganda estrangeira ou por em evidência as avaliações (opiniões, tomadas de posição conscientes ou não) de um indivíduo, a partir de seus enunciados (BARDIN, 1988, p. 40). Ao focar atenção nos mecanismos subjacentes da mensagem que não podem ser observados, a inferência também contribui para amenizar o impacto da herança positivista na análise de conteúdo (FONSECA JÚNIOR, 2012, p. 284).

Fonseca Júnior (2012) aponta três características fundamentais da análise de conteúdo: (1) orientação fundamentalmente empírica, exploratória, vinculada a fenômenos reais e de finalidade preditiva, (2) transcendência das noções normais de conteúdo, envolvendo as ideias de mensagem, canal, comunicação e sistema, (3) metodologia própria, que permite ao investigador programar, comunicar e avaliar criticamente um projeto de pesquisa com independência de resultados.

Procura-se responder à seguinte pergunta: quais são as diferenças entre o telejornalismo brasileiro e português? Essa é uma pesquisa exploratória inicial para contato com os objetos de análise. Assim, objetiva-se verificar as diferenças entre os telejornalismos. Tendo em vista todos os levantamentos aqui apresentados sobre o método da análise de conteúdo, foram definidos tópicos de análise com suas respectivas categorias, conforme segue.

1. Temáticas das matérias, explicação e contextualização dos fatos ou simples informação.
2. Fontes: participação das fontes (especialistas x cidadãos), inserção do cidadão via personagem que o represente, participação do telespectador e por qual via se dá.
3. Presenças: Presença positiva do governo, presença de representatividade social (ONGs, sindicatos, organizações sociais),
4. Geografia da notícia (qual local/locais são representados).

Passa-se à análise dos objetos.

Jornal Nacional – Edição do dia 01/07/2021

A edição analisada nessa pesquisa foi veiculada em 01 de julho de 2020, quinta-feira, e tem duração total de 55 minutos e 5 segundos sem os intervalos comerciais, distribuídos em blocos.

Com relação às fontes, percebe-se uma tendência a entrevistas de fontes oficiais e

especialistas. A tabela 1 abaixo demonstra as fontes entrevistadas nessa edição do Jornal Nacional.

Nome	Tempo de fala (em segundos)	Creditação
Luiz Paulo Domingueti	21	PoliciaI militar MG
Luiz Paulo Domingueti	5	-
Sen. Renan Calheiros, MDB-AL	13	Relator da CPI
Luiz Paulo Domingueti	29	-
Luiz Paulo Domingueti	6	-
Luiz Paulo Domingueti	12	-
Sen. Renan Calheiros, MDB-AL	16	-
Luiz Paulo Domingueti	15	-
Luiz Paulo Domingueti	49	-
(Sen. Simone Tebet – nome não creditado)	13	-
Luiz Paulo Domingueti	3	-
Sen. Fernando Bezerra, MDB-PE	42	Líder do governo
Luiz Paulo Domingueti	21	-
Sen. Renan Calheiros, MDB-AL	12	-
Sen. Fabiano Contarato	47	REDE-ES
Roberto Dias	36	Ex-diretor de logística – Min. Saúde
Luiz Paulo Domingueti	15	-
Áudio passado por Luiz Paulo Domingueti, direto do celular	50	Não creditado
Sem nome	8	Fonte não creditada
Luiz Paulo Domingueti	32	
Omar Aziz	24	Presidente da CPI (não creditado)
Dep. Luis Miranda	45	DEM-DF
Sen. Jorginho Melo	24	PL-SC
Sen. Rogério Carvalho	56	PT-CE
Sen. Simone Tebet	23	MDB-MS
Luiz Paulo Domingueti	26	PoliciaI militar MG
Sen. Omar Aziz, PSD-AM	33	Presidente da CPI
Sen. Tasso Jereissati	37	PSDB – CE
Marco Aurélio – 01/03/2018	21	Ministro do STF
Dias Toffoli	26	Ministro do STF
Dias Toffoli	22	Ministro do STF
Luiz Fux	48	Presidente do STF
Marco Aurélio	110	Ministro do STF

Tabela 1 – Fontes da edição 01/07/2021 do Jornal Nacional

Fonte: Elaborado pelo próprio autor.

Percebe-se que, de 55 minutos e 5 segundos, 15 minutos e 40 segundos são de entrevistas/dedicados às fontes. Todo esse tempo é destinado à fontes especialistas/ oficiais/autoridades. O gráfico 1 abaixo demonstra as porcentagens de participação das fontes.

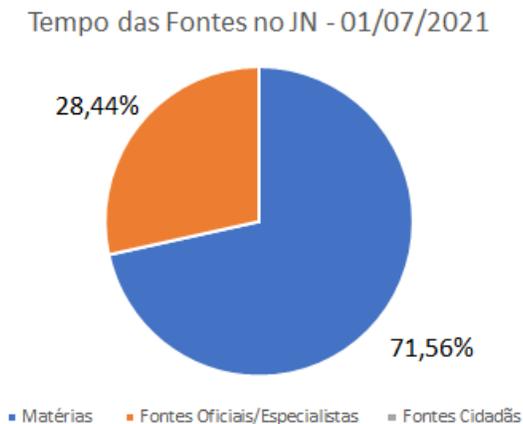


Gráfico 1 – Tempo das fontes no JN (01/07/2021)

Fonte: Elaborado pelo próprio autor.

Após a análise das fontes passa-se à análise do telejornal.

Aplicando os tópicos de análise à edição, foram observados os seguintes resultados.

1) Temáticas das matérias, explicação e contextualização dos fatos ou simples informação.

As matérias do dia foram: CPI da Covid ouve depoimento de Luiz Paulo Domingueti, policial militar que foi recebido no Ministério da Saúde para negociar a venda de 400 milhões de doses da vacina da AstraZeneca (24'08"); Luiz Paulo Domingueti foi recebido no Ministério da Saúde para discutir um negócio de mais de 1 bilhão de dólares (mais de 7 bilhões de reais) e os funcionários do ministério responsáveis por essa mega operação não sabiam quem ele era (2'49"), Repórteres do Jornal Nacional vão à sede da DAVATI nos EUA (3'56"), o Supremo Tribunal Federal realizou hoje a última sessão com o ministro Marco Aurélio de Melo (8'27"), o ministro Alexandre de Moraes acolheu o pedido da Procuradoria Geral da República para arquivar o inquérito dos atos antidemocráticos e abriu uma investigação ampla sobre a atuação de uma organização criminosa digital que age contra a democracia (10'18"), começam as quartas de final da Eurocopa (22"), Brasil exportou 10 bilhões e 400 milhões de dólares a mais do que importou (20"), em maio a economia brasileira criou mais de 280 mil empregos (23"), a Amazônia teve o maior número de focos de queimadas para um mês de junho (17"), Câmara dos Deputados aprova projeto

que obriga os planos de saúde a pagar remédios orais contra o câncer em até 48 horas depois da prescrição médica (42”), Organização Mundial da Saúde pede que os países que estão retomando o turismo reconheçam todas as vacinas aprovadas (25”), Brasil passa dos 100 milhões de doses de vacinas aplicadas e balanço da pandemia -vacinação, casos e mortes (2’58”).

A edição foi dominada pela temática da CPI e o depoimento de Luiz Paulo Domingueti. Entende-se que o tema requer tempo e explicações pormenorizadas que foram adequados para essa edição. Teve destaque também a aposentadoria do ministro Marco Aurélio de Melo e a atuação do ministro Alexandre de Moraes, que acolheu o pedido da PGR para arquivar o inquérito dos atos antidemocráticos, mas abriu uma investigação ampla sobre a atuação de uma organização criminoso digital que age contra a democracia, inclusive com a presença de muitos parlamentares ligados ao chefe do executivo nacional.

A contextualização dos fatos esteve presente nessa edição em todas as matérias, principalmente na da CPI que fez todo um contexto de ações realizadas para que o telespectador chegasse ao fato principal do depoimento de Domingueti. Nessa edição, percebe-se um enquadramento plural, preocupado em informar ao público com detalhes e explicações detalhadas para o telespectador em algumas matérias. Falta contextualização nas notícias da temática economia. O que quer dizer o número de exportações recordes do Brasil? Quantos desempregados existem realmente? Os empregos gerados foram com carteira assinada? Perguntas em aberto. O telespectador não contextualiza o fato e, possivelmente, nem entende a dimensão do que é falado. Temos muito mais desempregados que toda a população de São Paulo somada à população de Juiz de Fora, por exemplo. Isso não é explicitado.

2) Fontes: participação das fontes (especialistas x cidadãos), inserção do cidadão via personagem que o represente, participação do telespectador e por qual via se dá.

Nessa edição, percebe-se que as fontes que tiveram espaço foram os especialistas. Como demonstrado no gráfico 1, 100% da participação de fontes foi de especialistas/ autoridades. Isso dificulta a inserção do cidadão comum, não há personagem que o represente, ele não se vê inserido nas notícias. Ainda, não há participação do telespectador e nem incentivo à mesma.

As narrativas, na maioria das vezes, não auxiliam a inserir o público na interpretação da edição, aparentemente foi um programa feito para quem já conhece minimamente os assuntos tratados. As fontes não são variadas, existindo um domínio de fontes especialistas nas questões tratadas, sem inserir o cidadão comum na maioria das vezes. As fontes específicas sobre o tema possuem todo o tempo de fala, como demonstrado no gráfico 1.

3) Presenças: Presença do governo, presença de representatividade social (ONGs, sindicatos, organizações sociais).

O governo Bolsonaro foi citado diversas vezes, principalmente no que diz respeito à CPI e à abertura de investigação por parte do supremo. Ele foi retratado e consultado, porém não exerceu seu direito de resposta.

Dada a falta de fontes e de temáticas sociais não há presença de sindicatos nem ONGs.

#### 4) Geografia da notícia (qual local/locais são representados).

Aqui, refere-se à localidade das notícias. Esta edição teve o foco em Brasília, retratando a movimentação da CPI da Covid. Uma suíte (matéria relacionada a outra matéria - Repórteres do Jornal Nacional vão à sede da Davati nos EUA após a matéria com o depoimento de Domingueti) remeteu aos EUA, na sede da empresa no estado do Texas. Cita-se a Amazônia e a Eurocopa sem nenhum tipo de aprofundamento. No final, o balanço da covid no país detalha a situação de estado por estado.

Telejornal – edição do dia 01/07/2021

A edição analisada nessa pesquisa foi veiculada em 01 de julho de 2021, quinta-feira, e tem duração total de 58 minutos e 17 segundos sem os intervalos comerciais, distribuídos em blocos.

Com relação às fontes, percebe-se uma tendência a entrevistas de fontes oficiais e especialistas. A tabela 2 abaixo demonstra as fontes entrevistadas nessa edição do Telejornal.

Nome	Tempo de fala (em segundos)	Creditação
Mariana Vieira da Silva	30	Ministra de Estado e da Presidência
Mariana Vieira da Silva	24	Ministra de Estado e da Presidência
Mariana Vieira da Silva	32	Ministra de Estado e da Presidência
Fonte não creditada	16	-
Fonte não creditada	11	-
Mariana Vieira da Silva	21	Ministra de Estado e da Presidência
Fonte não creditada	21	-
Mariana Vieira da Silva	12	Ministra de Estado e da Presidência
Sócio do Café Piolho	1'49" ou 109"	Não creditado
Ricardo Mateus	2'19" ou 139"	Gerente de restaurante
Fonte não creditada	23	-
Fonte não creditada	18	-
José Carlos Rolo	20	Presidente da C. M. Albufeira
Fonte não creditada	9	-
Fonte não creditada	7	-
Antônio Pina	23	Presidente da C. M. Olhão

Marcelo Rebelo de Sousa	1'06" ou 66"	Presidente da República
Fonte não creditada	7	-
Fonte não creditada	5	-
Fonte não creditada	10	-
Ana Rita Goes	8	Coordenadora "Barómetro Covid-19" Escola Pública de Saúde
Rui Rio	41	Presidente PSD
Rui Rio	18	Presidente PSD
Saragoça da Matta	31	Advogado de Joe Berardo
João Costa Andrade	8	Advogado de André Luiz Gomes
Fonte não creditada	7	-
Marta Augusto	3	Farmacêutica
Marta Augusto	10	Farmacêutica
Fonte não creditada	12	-
Catarina Moreira	3	Farmacêutica
Ema Paulino	10	Pres. da Associação Nacional de Farmácias
Susana Freitas	10	Farmacêutica
Ema Paulino	8	Pres. da Associação Nacional de Farmácias
Susana Freitas	14	Farmacêutica
Ana Mendes Godinho	55	Ministra do Trabalho, Solidariedade e Seg. Social
Pedro Siza Vieira	36	Ministro de Estado, Economia e Transição Digital
Fonte não creditada	8	-
Fonte não creditada	7	-
Fonte não creditada	5	-
Fonte não creditada	11	-
Fonte não creditada	7	-
Fonte não creditada	8	-
Maria Dulce Roque	16	Supervisora Pasteis de Belém
Tiago Vicário	12	Condutor Tuk Tuk
Fonte não creditada	6	-
Fonte não creditada	5	-
Fonte não creditada	6	-
Maria Dulce Roque	11	Supervisora Pasteis de Belém
Fonte não creditada	4	-
Filipa Calvão	18	Presidente CNPD
Filipa Calvão	9	Presidente CNPD
Filipa Calvão	16	Presidente CNPD
Carlos Silva	22	Deputado PS

Ana Paula Vitorino	50	Presidente indigitada Aut. Mobilidade e Transportes
Ron DeSantis	18	Governador da Flórida
Joe Biden	13	Presidente EUA
Daniella Cava	15	Mayor de Nova Iorque
Fonte não creditada	5	-
Fonte não creditada	10	-
Fonte não creditada	7	-
John Horgan	20	Chefe de Governo Colúmbia Britânica
Xi Jinping	33	Secretário-geral P.C. / Presidente da China
Nuno Espírito Santo	1'06" ou 66"	Treinador do Tottenham
Joan Laporta	31	Presidente do Barcelona

Tabela 2 – Fontes da edição 01/07/2021 do Telejornal

Fonte: Elaborado pelo próprio autor.

Percebe-se que, de 58 minutos e 17 segundos, 21 minutos e 56 segundos são de entrevistas/dedicados às fontes. Desse tempo, 8 minutos e 42 segundos são destinados às fontes não oficiais/não especialistas/não autoridades; aqui chamadas de fontes cidadãos. 13 minutos e 14 segundos são destinados às fontes especialistas/oficiais/autoridades. O gráfico 2 abaixo demonstra as percentagens de participação das fontes.

Tempo das fontes no Telejornal - 01/07/2021

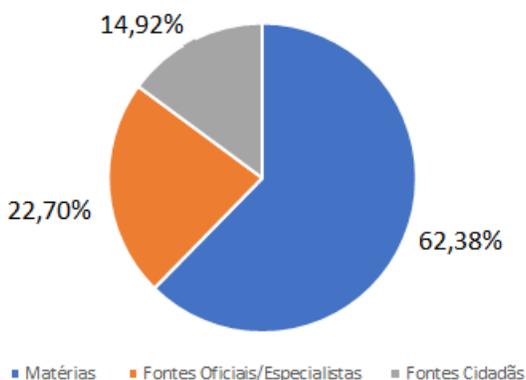


Gráfico 2 – Tempo das fontes no Telejornal (01/07/2021)

Fonte: Elaborado pelo próprio autor.

Após a análise das fontes passa-se à análise do telejornal.

Aplicando os tópicos de análise à edição, foram observados os seguintes resultados.

1) Temáticas das matérias, explicação e contextualização dos fatos ou simples informação.

A matérias do dia foram: O governo decretou nova medida de combate a pandemia para 45 concelhos<sup>3</sup> (3'06''), mais 16 concelhos se encontram em risco elevado (3'52''), Repórter direto do Porto entrevista um sócio do Café Piolho (3'02''), repórter direto de um bar em Oeiras (3'00''), agravamento no Algarve (2'35''), Presidente da República insiste que não haverá novo confinamento geral (2'00''), Portugal registrou hoje mais 2449 casos de covid-19, mais 5 óbitos e panorama da vacinação (3'12''), apoios financeiros prolongados (20''), acidente mortal na A6 – Rui Rio garante que carro em que seguia Eduardo Cabrita não está registrado (2'43''), depoimento de Berardo (2'37''), aumenta procura por testes rápidos contra covid mas ainda não são comparticipados – quem faz tem que pagar a íntegra do preço (2'48''), Biden apoia famílias vítimas do colapso do prédio em Miami (19''), Messi à espera de clube (32''), governo prolonga por mais dois meses os apoios extraordinários – uma forma de garantir salário dos trabalhadores além da proibição de corte de água, luz, gás e telecomunicações (2'46''), primeiro dia de certificado digital de Covid na União Europeia – Portugal já emitiu mais de 1 milhão e 200 mil documentos (2'34''), turismo em Portugal continua a crescer em maio mas ainda se encontra muito abaixo do encontrado antes da pandemia (1'55''), vaga de calor sem fim (15''), CNPD acusa Câmara Municipal de Lisboa de 225 infrações pela partilha de dados de ativistas (3'07''), deputada do PS acusa PSD de machismo e misoginia (1'47''), Eleições Autárquicas acontecem em 26 de setembro (50''), colapso de prédio em Miami (2'23''), vaga de calor fatal no Canadá e nos EUA (2'10''), presidente chinês garante que nunca permitirá opressão ou domínio de forças estrangeiras (2'17''), Nuno Espírito Santo assina com o Tottenham até 2023 (2'14''), Messi é um jogador livre para assinar com qualquer clube (2'06''), Mark Cavendish ganha sexta etapa da volta à França (1'16''), RTP lança projeto inovador de partilha de notícias com 9 emissoras de serviço público (1'34'').

A edição teve temáticas variadas, mas deu destaque à Covid e as novas restrições que Portugal adotará. Notou-se a não creditação de muitas fontes. A contextualização dos fatos esteve presente nessa edição em todas as matérias; nota-se aprofundamento e matérias maiores e mais bem explicadas que o Jornal Nacional. O enquadramento é plural, preocupado em informar ao público com detalhes e explicações detalhadas para o telespectador em algumas matérias. É perceptível a diversificação das fontes, inclusive apresentando lados antagônicos como na matéria sobre vacinação de jovens.

2) Fontes: participação das fontes (especialistas x cidadãos), inserção do cidadão

---

3 Em Portugal existem Distritos Administrativos e Judiciais. Os Distritos Administrativos foram criados em 1835 e são uma divisão administrativa do país, sendo subdivididos em municípios (que são subdivididos em freguesias). Em cada Distrito existe um Governador-Civil, nomeado pelo Governo e seu representante. Os Concelhos são as subdivisões dos Distritos, similares às cidades brasileiras. Informações disponíveis em <https://www.parlamento.pt/Legislacao/Paginas/ConstituicaoRepublicaPortuguesa.aspx>. Acesso em 23 jan. 2021

via personagem que o represente, participação do telespectador e por qual via se dá.

Nessa edição, percebe-se que as fontes que tiveram maior espaço foram os especialistas. Como demonstrado no gráfico 2, 22,70% da participação de fontes foi de especialistas/autoridades e 14,92% foram de fontes cidadãos. O telespectador se sente representado ao ver personagens do dia a dia no telejornal e, mais, a grande presença de participação popular em comparação à edição analisada do Jornal Nacional torna o Telejornal mais plural e participativo.

As narrativas, na maioria das vezes, auxiliam a inserir o público na interpretação da edição, inclusive mostrando personagens de diferentes partes do país. As fontes são variadas, auxiliando a inserir o cidadão comum na maioria das vezes. As fontes específicas sobre o tema possuem o maior tempo de fala, como demonstrado no gráfico 2, mas a porcentagem de participação popular em relação ao Jornal Nacional é maior.

3) Presenças: Presença do governo, presença de representatividade social (ONGs, sindicatos, organizações sociais).

O governo foi citado diversas vezes com relação ao combate à pandemia. O presidente e ministros importantes para a temática foram ouvidos e serviram de fonte para o Telejornal. A cobertura se mostrou imparcial ao apresentar os diferentes lados das notícias. A representatividade social se deu pelos múltiplos personagens e por alguns sindicatos e algumas organizações sociais.

4) Geografia da notícia (qual local/locais são representados).

Aqui, refere-se à localidade das notícias. O Telejornal mostrou-se aberto à notícias de várias localidades do país, destacando-se Porto, Haras Catarina, Oeiras, Algarve, Faro, Região Norte do país, Lisboa. Ainda, apresentou um panorama pormenorizado das regiões do país em relação à covid.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

É curioso observar como os telejornais em cada país são espelhos das realidades locais. Enquanto a pauta sobre COVID-19 ocupa seis minutos do Telejornal da RTP, já que a pandemia estava relativamente controlada em Portugal, o espaço do Jornal Nacional ao tema ultrapassa trinta minutos, já que a crise sanitária no Brasil ganhou o fator da investigação parlamentar através da CPI. Esta questão específica demonstra a capacidade que a televisão possui para acompanhar o debate público e definir para o mesmo público o que é relevante.

A presença de notícias institucionais nas edições aqui analisadas demonstram a importância para as emissoras destas informações para manter o público no esquema programático dos canais. Enquanto o Jornal Nacional destinou espaço para a Eurocopa 2020 (exibida pela Globo), a RTP trouxe informações sobre um programa de news exchange

com outros canais. Para o público, estas informações sedimentam as diferentes ligações entre a programação, mantendo o espectador no universo do canal. Para a emissora, trata-se de divulgação gratuita em espaço qualificado na programação própria.

Os modelos de telejornalismo aqui apresentados demonstram os papéis de cada modelo de mídia: enquanto o Jornal Nacional não traz pluralidade de vozes, já que a Globo é uma empresa privada, a RTP precisa fazer este papel, dado o caráter público de sua constituição. Para o público brasileiro, que não tem TV pública forte, este tipo de modelo pode estranhar no início, mas começa a fazer sentido com o costume. Já para o português, que viveu por décadas no modelo público, este modelo é fundamental para o jornalismo. Espera-se que este artigo tenha contribuído com a discussão do modelo de telejornalismo praticado no espaço da lusofonia.

## REFERÊNCIAS

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. 4 ed. Lisboa: Edições 70, 2011.

FONSECA JÚNIOR, W. C.. Análise de Conteúdo. In: DUARTE, J; BARROS, A. (orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2012.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **PAS – Pesquisa Anual de Serviços, 2016**. [online] Disponível em <https://teen.ibge.gov.br/noticias-teen/8311-televisao.html>. Arquivo consultado em 10 ago. 2021.

MEMÓRIA GLOBO. **História da TV Globo**. [online]. Disponível em <http://memoriaglobo.globo.com/>. Acesso em 29 jul. 2021.

MEMÓRIA GLOBO. **Jornal Nacional: a notícia faz história**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2004.

MEMÓRIA GLOBO. **Primeiro telejornal do Brasil a ser transmitido em rede, o JN conquistou a preferência do público e se firmou como um dos mais respeitáveis do país**. Disponível em <http://memoriaglobo.globo.com/programas/jornalismo/telejornais/jornal-nacional/o-primeiro-dia.htm>. Acesso em 10 ago. 2021.

PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA. Secretaria de Comunicação Social. **Pesquisa Brasileira de Mídia**. [Online] Disponível em <http://pesquisademidia.gov.br>. Acesso em 10 ago. 2021.

TELEJORNAL. **A mais importante seleção de notícias**. Disponível em <https://www.rtp.pt/programa/tv/p1103>. Acesso em 10 ago. 2021.

SOBRAL, Filomena Antunes. **Televisão em Contexto Português: uma abordagem histórica e prospetiva**. Millenium. ISSN 1647-662X. N.º 42 (2012), p. 143-159.

## WHEN MORALITY MEETS CANCEL CULTURE: HOW KAROL CONKÁ BECAME THE MOST HATED PERSON IN BRAZIL

**Marina dos Santos Franco**

**Ricardo Matos de Araújo Rios**

Trabalho apresentado no CARP Conference 2021.  
Projeto de pesquisa do PROBIC, do UNIPAC  
Barbacena. Agradecemos ao PROBIC, do UNIPAC,  
por financiar este projeto de pesquisa e este trabalho.

This article studies the impact of excessive exposure of the image of celebrities and how this exposure negatively affects these celebrities in the context of social networks and in their private lives, resulting in a process of cancelling on Social Medias and into the Public Sphere. To analyze this effect, we studied the case of Karol Conká, a Brazilian well-known rapper which competed on the Brazilian version of reality show “Big Brother”, and how was the impact of her cancel on Instagram during her participation at this TV show. She became involved in several controversies with other participants, causing extreme public rejection.

Her rejection reached 99.17% of approximately 285 million votes, the biggest in all seasons of Big Brother. In absolute numbers, she is the most hated person in Brazil. A poll conducted by PoderData Institute (2021)

revealed that, despite a controversial conduction of COVID-19 Pandemic, Brazilian president Jair Bolsonaro has a 56% of disapproval, less than Ms. Conká’s rejection.

The specific case from Karol Conká exposition on Big Brother brought her a loss of more than 300,000 followers on the apex of abuses she committed on the TV show.

For a celebrity, these losses have a huge impact on its career. Ms Conká’s cancelling is an interesting case when Social Morality, that rejects abuses and mental pressures, meets Cancel Culture. Together, Moral and Cancel Culture could elect someone as a common public enemy and destroy its reputation – as a punishment in a power system, as defined by Foucault (1976) – without chances to repair it. At theoretical field, we analyzed this case using ideas from Lévy (1997), Morin (1997), Ng (2020), Castells (2000) and Foucault (1975).

This study have analyzed the floating of Karol Conká’s followers on Instagram to understand the ways her image was affected by the Cancelling movement after her actions on the 21th Brazilian season of the Reality Show Big Brother (BBB), broadcasted by TV Globo. We have analyzed the period from February 10, 2021 to April 14, 2021.

When her joining on BBB was announced, Karol Conká had 1.8 million followers on her Instagram profile. Four days after the premiere

of the season, on January 28, 2021, Ms. Conká suffered the first impact on her image, after being xenophobic against the contestant Juliette Freire, from the Brazilian state of Paraíba, located in the Northeast region of the country (a region that continuously suffers xenophobia from inhabitants of the Southeast and South regions of Brazil). Conká has accused Ms. Freire of being inconvenient and talking too loudly, saying that the inhabitants of the South Region were more polite than those of the Northeast Region because of this behaviour. A Cancel Movement have invaded Internet and pierced through Public Debate – even with people who don't watch the TV show –, in pressures to get Ms. Conká expelled from the Reality.

On January 30, 2021, a party named “African Heritage” took place. At the party, the contestant Lucas Penteado got involved in several controversies with other members due to his behavior caused by the excessive consumption of alcohol. However, Karol Conká, who had chosen Mr. Penteado as an enemy in the program, continued with the rivalry against Lucas during and after the party, leading scenes of bullying and psychological violence. The situation was dragged on for days, surpassing the party and moving to the coexistence in the Reality house. In one of the episodes, Ms. Conká prevented Mr. Penteado from having lunch with other contestants of the BBB, offending him and screaming at him. The viewers that follows the reality through the Pay-Per-View System started to question the TV Show broadcaster, TV Globo, why not to show the aggression scenes in the FTA TV edition, to the whole viewers of this show. The broadcaster aired, days later, a roundup of the attacks. For public opinion, Conká's persecution of Penteado ceased to be a matter of moral issues and reached social ethics, as Karol Conká's attitudes in the game didn't make any sense. The violence perpetrated by the participant led to an even greater Cancellation movement of Ms. Conká. To the viewers, the attitudes against Penteado, a militant of the Black Movement, were not justified, considering the strong militancy of Ms. Conká within the Black Movement.

During her time in the BBB, Ms. Conká verbally attacked the actress Carla Diaz, motivated by jealousy of her friendship with another contestant, Arcebiano Araújo (Ms. Conká had an affair with Mr. Araújo). She also began to harass the influencer and TikToker Camilla de Lucas, intimidating other participants who were allied to Ms. De Lucas. At the end of the evaluation period, Ms. Conká lost 500,000 followers on her Instagram account, as well as multimillion contracts outside of BBB.

Arguably, by giving voice to individuals without filters and noticeable mediation (after all, the end-user has no idea of the mechanisms that make the internet work), the internet enhances the Cancel Culture through the meeting of users on the Web. Through Social Networks, users are able to access the target's page and leave their likes, dislikes, comments, raise hashtags and even send a private message expressing discontent (even if, behind the page, there is a Press Relations/Social Media Office answering these messages and the celebrity doesn't know what happens to their digital asset). The Cancellation ends

up boosting a collective creation of Cyberculture movement, as proposed by Lévy (1997), even though it is a creation for a violence movement.

Given all the controversial events with Karol Conká, her elimination reached 99.17% of the votes, being the most rejected participant in the history of the Big Brother format across the planet. This unanimity of percentage votes is seen only in elections of dictators who use elections to mask fraud. Rios (2021) observes that, in the ranking of the highest percentages of Elections in the world, the voting to eliminate Karol Conká loses out to Saddam Hussein (Iraq, 100% in 2002), Kim Jong-il (North Korea, 99.9% in 2009) and Raúl Castro (Cuba, 99.4% in 2008).

The difference between these numbers and the vote against Karol Conká is, in the Big Brother's case, the vote was to take her out from the daily life of the Brazilian viewers and not to raise her to power. This expressive voting is a strong way to observe the power of the internet and the "Cancel Court", where - for weeks - people had articulated Social Networks on Internet judging the participant's attitudes and gave the final sentence with the highest rejection rate, feeling pleasure and joy in such an act come to fruition.

## SOBRE OS ORGANIZADORES

**VITOR PEREIRA DE ALMEIDA** é graduado em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo pela Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF) (2015), Mestre em Comunicação e Sociedade pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade de Comunicação da UFJF com financiamento da Capes (2019) e doutorando do PPGCOM/UFJF com financiamento da UFJF. Tem experiência na área de Comunicação com ênfase em Comunicação, Regulação e Regulamentação da Mídia, Telejornalismo, Políticas Públicas de Comunicação e Política. Atualmente é membro dos grupos de pesquisa "Geografias da Comunicação" (CNPq/UERJ) e "Comunicação, Identidade e Cidadania" (CNPq/UFJF).

**RICARDO MATOS DE ARAÚJO RIOS** é Graduado em Comunicação Social (Jornalismo), pela Universidade Federal de São João del-Rei (UFSJ), mestre em Relações Internacionais, pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC Minas) e pela Universidade de Coimbra (Portugal), e doutorando em Comunicação Social, pela Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), possui experiência na área de Comunicação. Criou aos 12 anos de idade, a TV Barbacena. Primeira e maior WebTV (televisão pela internet) da cidade de Barbacena, interior de Minas Gerais, o site foi contemplado com o Prêmio iBest, o maior e mais importante prêmio da internet brasileira, em 2008, na categoria Regional - Minas Gerais. No âmbito acadêmico, foi vencedor do Prêmio José Marques de Melo (2015), além de ser finalista do mesmo Prêmio em 2013, que é promovido pela Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia (Rede ALCAR). Possui interesses de pesquisa nos seguintes tópicos: História da Mídia; Mídia e Política Externa; Jornalismo; Discurso Político; Projeção de conflitos armados na mídia; Análise do Discurso; Eurovision Song Contest (no Brasil, é o pesquisador com o maior número de produções acadêmicas sobre o tema); Eurovision Song Contest e Política; Relações Internacionais e Mídia. Membro da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom). Mais informações podem ser obtidas no site [www.ricardorios.eu](http://www.ricardorios.eu)



-  [www.atenaeditora.com.br](http://www.atenaeditora.com.br)
-  [contato@atenaeditora.com.br](mailto:contato@atenaeditora.com.br)
-  [@atenaeditora](https://www.instagram.com/atenaeditora)
-  [www.facebook.com/atenaeditora.com.br](https://www.facebook.com/atenaeditora.com.br)

# **ESTUDOS CONTEMPORÂNEOS INTERDISCIPLINARES EM LEGISLAÇÃO DE MÍDIA E A COMUNIDADE DOS PAÍSES DE LÍNGUA PORTUGUESA**

  
Ano 2022



 [www.atenaeditora.com.br](http://www.atenaeditora.com.br)  
 [contato@atenaeditora.com.br](mailto:contato@atenaeditora.com.br)  
 [@atenaeditora](https://www.instagram.com/atenaeditora)  
 [www.facebook.com/atenaeditora.com.br](https://www.facebook.com/atenaeditora.com.br)

# ESTUDOS CONTEMPORÂNEOS INTERDISCIPLINARES EM LEGISLAÇÃO DE MÍDIA E A COMUNIDADE DOS PAÍSES DE LÍNGUA PORTUGUESA

  
Ano 2022