
Política e Televisão: sistema de meios e concessões públicas no Brasil e na Argentina

Politics and Television: media systems and public grants in Brazil and Argentina

João Somma Neto, Renata Caleffi e Eduardo Covalesky Dias



Edição electrónica

URL: <http://journals.openedition.org/cp/949>

DOI: 10.4000/cp.949

ISSN: 2183-2269

Editora

Escola Superior de Comunicação Social

Referência eletrónica

João Somma Neto, Renata Caleffi e Eduardo Covalesky Dias, « Política e Televisão: sistema de meios e concessões públicas no Brasil e na Argentina », *Comunicação Pública* [Online], Vol.10 nº17 | 2015, posto online no dia 30 junho 2015, consultado o 02 maio 2019. URL : <http://journals.openedition.org/cp/949> ; DOI : 10.4000/cp.949

Este documento foi criado de forma automática no dia 2 Maio 2019.



Comunicação Pública Este trabalho está licenciado com uma Licença Creative Commons - Atribuição-NãoComercial 4.0 Internacional.

Política e Televisão: sistema de meios e concessões públicas no Brasil e na Argentina

Politics and Television: media systems and public grants in Brazil and Argentina

João Somma Neto, Renata Caleffi e Eduardo Covalesky Dias

NOTA DO EDITOR

Recebido: 30 Junho 2014

Aceite para publicação: 10 Abril 2015

Introdução

- 1 A América Latina tem a televisão como uma das suas principais fontes de informações e de entretenimento. O fascínio pelo veículo foi construído, como explica Martín-Barbero (2009), por influência do rádio. Segundo o autor, o radioteatro possuía uma similaridade com a vida da população dessas localidades e a mediação estabelecida com os ouvintes se dava pela via da tradição cultural que o rádio refletia nos países latino-americanos. Ao conquistar uma proximidade cultural e social com a população, o rádio se tornou cada vez mais presente entre o público, e então, quando a televisão surgiu nesses países, os empresários da comunicação transferiram o modelo de sucesso e aplicaram na TV linguagem similar à radiofônica e à do radioteatro. Em países como o Brasil e a Argentina, essa ligação ainda pode ser constatada.
- 2 Devido à importância da televisão, vários estudos sobre ela são elaborados e apresentados na atualidade. Para além da historicidade da televisão nos países latino-americanos, é necessário destacar as relações políticas existentes nos bastidores desde o surgimento da televisão, e sobretudo nesses dois países. As outorgas para operação no Brasil e na

Argentina são estabelecidas pelo Estado, e é também por este motivo que sobressaem relações políticas, permeando a história da televisão em ambos os países.

- 3 Este artigo trata das relações políticas e sociais que envolvem o veículo televisivo na Argentina e no Brasil, apresentando a forma como as outorgas são realizadas e o papel que a televisão possui e ainda comparando as realidades atuais das concessões televisivas. Para que o trabalho fosse realizado, a metodologia utilizada foi a de revisão bibliográfica do tema com pequena análise comparativa das referências.

1. Televisão brasileira

- 4 De acordo com pesquisa realizada pela Teleco Comunicação (2012), o meio de informação mais utilizado pelo brasileiro é a televisão, presente em quase 98% dos domicílios. Em segundo lugar está o rádio, com presença em 83% dos lares, e, em terceiro lugar, a internet, com 36,5%. A presença intensa da televisão nas residências brasileiras se deve a inúmeros fatores, entre eles a atração pela imagem e a sensação de credibilidade passada por ela, a extensão para além do rádio ou o fácil acesso à TV aberta, entre outros.
- 5 Para compreender o processo de criação da televisão no Brasil, Mattos (cit. Vizeu, Porcello, Coutinho, 2010) divide-o em seis fases. A primeira é a elitista, que vai de 1950 a 1964. Esta fase é marcada pelo alto custo dos aparelhos receptores, ou seja, apenas a elite brasileira possuía acesso ao televisor. A segunda começa em 1964 (ano em que ocorre o golpe militar, iniciando o regime ditatorial), segue até 1975, e é denominada fase populista, prevalecendo programas de auditório. Em 1975 inicia a terceira fase, principiando o desenvolvimento tecnológico, com utilização de novos equipamentos, como o videotape, e com mais possibilidades, como transmissões via satélite, por exemplo. Prolongando-se até 1985, essa fase se distingue pela profissionalização nas áreas de produção e administração, visando futura exportação de conteúdos. A quarta fase inicia em 1985 e vai até 1990, sendo chamada de etapa de transição e de expansão internacional; como o nome sugere, é aqui que os produtos televisivos brasileiros começam a marcar forte presença no exterior, principalmente mediante a venda de telenovelas, para diversos países, pela rede Globo de Televisão. Em 1990, seguindo até 2000, a fase da globalização e da TV paga inicia um processo de transformação, se buscando modernizar a grade das emissoras e incluir produtos diferenciados, para consumidores mais exigentes. Em 2000, começa a sexta fase, a da convergência e da qualidade digital, a qual utiliza a tecnologia e a interatividade para atrair seu público. Por fim, a partir do ano 2010 há uma tendência de portabilidade e mobilidade na televisão; contudo, ainda não se pode afirmar que esta é uma nova fase de mudanças nos conteúdos.
- 6 Voltando ao início da TV na América Latina, no ano de 1950 a conjuntura era promissora. No Brasil, industrialização em alta, investimentos externos em atividades comerciais, sistema político estável. Quase 30 anos depois da primeira transmissão de rádio, Assis Chateaubriand, dono do conglomerado de comunicação “Diários Associados”, importou dos Estados Unidos equipamentos para teletransmissão. Mattos, *in* Vizeu, Porcello e Coutinho (2010), explica que a pioneira TV Tupi, criada por Chateaubriand, buscou seus profissionais no rádio, e, por este motivo, ao contrário da televisão norte-americana, que sofreu influências do cinema, a TV brasileira foi intensamente copiada do rádio. Mas, apesar da narrativa radiofônica, a publicidade da primeira programação televisiva usava o slogan “cinema a domicílio”.

- 7 O modelo empresarial da televisão, tal como é conhecido hoje, foi implantado anos após o surgimento do veículo. A primeira experiência foi feita pela TV Excelsior, fundada em 1959 (e sendo sua concessão cassada em 1970). Segundo Mattos (cit. Vizeu, Porcello, Coutinho, 2010), a Excelsior foi responsável pela produção da primeira telenovela e de vinhetas entre o programa e os intervalos, possibilitando que mais anunciantes se interessassem em investir.
- 8 Quanto à existência de TV públicas no Brasil, existe polêmica, pois todas são mantidas com verbas governamentais – portanto, do Estado. Ora, conforme afirma Bucci, quando subordinada à orientação da autoridade estatal, a emissora pública não é pública de fato; sua linha editorial, sua programação e sua visão de mundo tendem a ser capturadas pela óptica estatal ou governamental, o que a distancia irreversivelmente dos pontos de vista próprios da sociedade civil. A subserviência ao poder público, nesse caso, mais do que nociva, é mortal. Impede a emissora de transmitir um olhar crítico em relação ao poder (Bucci, 2010).
- 9 Mesmo assim poderíamos considerar que as TV “públicas” surgiram no Brasil na segunda metade da década de 60 – ou seja, TV Cultura, de São Paulo, ligada ao governo desse estado, em 1967, e logo depois, em 1968, a TV Universitária de Pernambuco, pertencente à Universidade Federal do mesmo estado. A TV Brasil, fundada em 2007, é uma rede do governo federal integrada por várias emissoras, cuja principal finalidade é difundir o proselitismo ideológico do grupo no poder desde a eleição de Lula como líder máximo.
- 10 Nos anos 90 houve uma importante mudança no panorama da televisão brasileira, com maior investimento privado, compartilhamento de audiência e sua presença em mais domicílios. A chegada da TV paga levou à melhoria da programação, que deixou de se resumir a uma disputa entre emissoras e passou a visar uma grade de programação mais variada, para uma população heterogênea.

2. Televisão argentina

- 11 A Televisão Pública da Argentina foi criada em 1951 e nasceu como um empreendimento do Estado. Mas foi por iniciativa do empresário Jaime Yankelevich, proprietário e diretor-geral da LR3 Rádio Belgrano, que os equipamentos necessários para as transmissões do novo meio foram colocados em funcionamento.
- 12 Pela primeira vez a televisão chegava ao território argentino. No entanto, estima-se que em todo o país não houvesse mais do que 30 receptores, todos eles na cidade de Buenos Aires.
- 13 A primeira transmissão da LR3 Rádio Belgrano TV, como era identificada a TV pública, aconteceu no dia 17 de outubro de 1951, com um fato histórico: o ato pelo Dia da Lealdade Peronista, na Plaza de Mayo, durante o qual Eva Perón pronunciou um discurso, sob forte comoção popular e para milhares de pessoas, em que descartava a possibilidade de se candidatar à vice-Presidência da República.
- 14 Foi a partir do dia 4 de novembro do mesmo ano que o canal iniciou suas transmissões regulares, com programação das 17:30 às 22:30.
- 15 Apesar de estar entre os primeiros países latino-americanos em que a TV se implantou, o desenvolvimento da televisão na Argentina demorou a acontecer, se se comparar com outros países e com outras tecnologias. Conforme Varela (1998) menciona, "isto produz uma fratura em um imaginário de pioneirismo tecnológico nacional", já que a Argentina

contou com uma indústria gráfica editorial, cinematográfica e radial pioneira e com forte expansão.

- 16 O Canal 7 seguiu sendo único até 1960, quando se instalaram outras emissoras privadas na capital e no interior do país.
- 17 A Argentina teve uma indústria gráfica importante desde as primeiras décadas do século XX. Como consequência da Lei Geral de Educação Obrigatória, de 1884, o país alcançou altos índices de alfabetização, tendo uma população concentrada em centros urbanos e formada por grandes massas imigratórias. Isto explica em parte o rápido desenvolvimento de vários diários nacionais e provinciais, de publicações periódicas e de livros que chegaram ao resto da América Latina e às vezes inclusive a Espanha (Varela, 1998).
- 18 Depois disso, o rádio chegou ao país, com as primeiras transmissões quase simultâneas às dos Estados Unidos, em agosto de 1920, e três anos após já havia mais de 60 mil receptores de rádio funcionando no país.
- 19 A televisão argentina se instalou como empreendimento do Estado, mas não seguia modelos com perspectiva de serviço público, sem descartar também a publicidade e a programação comercial. O canal se estabeleceu na capital, Buenos Aires; nessa época os televisores eram objetos caros, sendo importados até 1958. Em 1960, então, foram licitados canais privados, e, pouco antes disso, aparelhos começaram a ser fabricados no país, o que barateou o custo.
- 20 Durante toda a década, portanto, a televisão não foi um meio massivo na Argentina, e não havia perspectivas de crescimento. Isso permitiu desenvolver produções locais importantes. Em função da dificuldade de convocar as estrelas do rádio e do cinema da época, um núcleo bastante jovem realizou suas primeiras experiências no meio:

Com certo gesto vanguardista se busca experimentar com uma técnica que resultava nova, a partir de propostas realistas e com preocupações sociais em geral. Desta forma se realizam telenovelas, peças e ciclos de teatro que criarão marcos importantes em sua tentativa de impor uma televisão de qualidade artística com possibilidades de acesso a um público mais amplo que aquele do teatro independente de onde provinham muitas das propostas. Não é casual que muitos dos autores e atores provinham, do ponto de vista político, de distintas variantes da esquerda (Varela, 1998).
- 21 Conforme a autora destaca, o período inicial de produções locais deixaria rastros: a televisão argentina sempre teria que recorrer à programação local para manter índices de audiência elevados, diferentemente de outros canais de televisão latino-americanos.
- 22 A partir da década de 60, a TV pública adotou a identificação definitiva LS82 TV Canal 7, e foi integrada ao Serviço Oficial de Radiodifusão. A indústria televisiva se expandiu e nasceram outros três canais de TV aberta: Canal 9, Canal 11 e Canal 13. Em 1966, após um novo golpe militar, Juan Carlos Onganía controlou e censurou o Canal 7. Em 1969, a TV pública realizou a primeira transmissão via satélite no país, o que permitiu à Argentina receber ao vivo a transmissão da chegada do homem à Lua, em 20 de julho daquele ano.
- 23 A década de 70, atravessada novamente por crises e ditaduras militares no poder, criou instabilidades no sistema televisivo. Em 1975, venceram as licenças outorgadas aos canais portenhos, que passaram às mãos do Estado. Em 1976, com Jorge Videla na Presidência do país, o Canal 7 se tornou a ferramenta de comunicação e a voz oficial das Forças Armadas. Em 1979, a empresa criada para transmitir os jogos da Copa do Mundo de 1978, na Argentina, a cores e para o resto do mundo, a Argentina 78 Televisora S/A, se fundiu com

o Canal 7, formando a Argentina Televisora Color (ATC), e em 1 de maio de 1980 iniciaram as transmissões a cores no país.

- 24 Com a redemocratização argentina, em dezembro de 1983, surgiu também a necessidade de reorganizar o sistema de radiodifusão do país. O Estado, sob governo de Raul Alfonsín, iniciou políticas neste sentido; porém, não avançou na democratização do espectro televisivo – ainda que vários princípios propostos em sua gestão possam ser percebidos na Lei de Meios hoje em vigor.

3. Relações políticas nas concessões do Brasil

- 25 No Brasil, o direito de transmitir ondas de rádio e televisão é controlado pelo Estado, através de outorgas presidenciais¹. As concessões, segundo Brasil (1988), são outorgadas pelo poder competente para serviços de radiodifusão e televisão, em forma de cessões de uso a empresas privadas ou públicas para explorarem o setor por tempo determinado, admitindo-se prorrogações.
- 26 Quando a Constituição de 88 incluiu o capítulo da Comunicação Social, algumas regras sobre as concessões de rádio e televisão foram criadas. A principal delas define que não é o Presidente da República quem autoriza ou não a concessão, mas sim o Congresso Nacional. Contudo, a normativa não é aplicada, cabendo quase sempre ao Presidente a outorga da cessão de uso, ou permissão. Anteriormente, o Estado/governo já era o regulador das concessões, desde o Decreto 12.11.1963.
- 27 O cancelamento da concessão ou da permissão só pode ser realizado por decisão judicial. No final do tempo determinado pelo contrato, o Estado tem o direito de recusar a renovação, caso a emissora não tenha seguido as normas da concessão. De acordo com Brasil, Constituição Federal (1988):

Compete ao Poder Executivo outorgar e renovar concessão, permissão e autorização para o serviço de radiodifusão sonora e de sons e imagens, observado o princípio da complementaridade dos sistemas privado, público e estatal. § 1.º - O Congresso Nacional apreciará o ato no prazo do art. 64, §§ 2.º e 4.º, a contar do recebimento da mensagem. § 2.º - A não-renovação da concessão ou permissão dependerá de aprovação de, no mínimo, dois quintos do Congresso Nacional, em votação nominal. § 3.º - O ato de outorga ou renovação somente produzirá efeitos legais após deliberação do Congresso Nacional, na forma dos parágrafos anteriores. § 4.º - O cancelamento da concessão ou permissão, antes de vencido o prazo, depende de decisão judicial. § 5.º - O prazo da concessão ou permissão será de dez anos para as emissoras de rádio e de quinze para as de televisão. Art. 224 - Para os efeitos do disposto neste Capítulo, o Congresso Nacional instituirá, como órgão auxiliar, o Conselho de Comunicação Social, na forma da lei (Brasil, 1988).

- 28 O processo de concessão é pago pelas emissoras ao Estado, que realiza procedimento licitatório para formalizar as outorgas. Além dessa regulamentação, a Constituição também impõe regras sobre a programação de cada emissora de televisão e rádio; essas são normas dispostas no Artigo 221, determinando preferência para finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas, bem como para a promoção da cultura regional e nacional, estimulando a produção independente. Por lei, é necessário ainda respeitar os valores éticos e sociais da pessoa e da família e valorizar a produção jornalística, cultural e artística. Também para regulamentar as concessões no Brasil, há ainda a lei n.º 8.389, de 30 de dezembro de 1991, assinada pelo então Presidente, Fernando Collor.

- 29 A primeira empresa de televisão a obter o direito de transmitir imagens foi a TV Tupi, de São Paulo, na década de 50. De acordo com Porcello e Gadred *in* Vizeu e Coutinho (2010), o modelo de concessão do início dos anos 50 sempre teve como pano de fundo do cenário uma forma de moeda de troca política.
- 30 Juscelino Kubitschek, Presidente do Brasil de 1956 a 1961, foi o primeiro político a ver na televisão um meio para intensificar sua visibilidade, mas somente durante a ditadura militar, de 1964 em diante, o Estado implantou infra-estruturas para que a televisão se transformasse e se consolidasse nacionalmente. E a maneira utilizada pelo governo ditatorial para possibilitar esse crescimento foi a instalação da “estrutura tecnológica do sistema de comunicações e a implantação de um sistema básico de micro-ondas por parte do Estado que permitiu que a televisão se tornasse parte de um projeto de integração nacional” (Porcello, Vizeu & Coutinho, 2010).
- 31 Contudo, mesmo com o posterior processo de redemocratização não se alterou o sistema de propriedade dos veículos de comunicação no Brasil, constituídos como empresas privadas, ainda concentradas nas mãos de poucos grupos familiares – que são a maioria dos detentores de concessões estatais no Brasil.
- 32 De acordo com Kucinski (1998), o controle das concessões está nas mãos da elite dominante, e isso ocorre porque grande parte das permissões foi distribuída com intuítos políticos. Segundo o autor, durante a Presidência do general João Figueiredo (1979 a 1985) 634 concessões de rádio e televisão foram dadas para congressistas ou aliados do governo, com a intenção de garantir a derrota da emenda Dante de Oliveira².
- 33 Outra distribuição em massa com interesses políticos aconteceu no governo de José Sarney (1985 a 1990), sucessor de Figueiredo, durante a chamada “Nova República”, quando pelo menos 1.028 concessões de rádio e televisão foram distribuídas, sendo que, destas, 539 foram entregues a congressistas e aliados do então Presidente.
- 34 De acordo com pesquisa realizada pela Federação dos Jornalistas *in* Kucinski (1998) *apud* Standnik (1991), dos 548 congressistas, 188 possuíam ligações com rádio e televisão no Brasil. A pesquisa ainda mostrava que o então presidente da Comissão de Comunicação Social do Congresso, deputado Maluly Neto, possuía uma estação de televisão e quatro de rádio. O ex-Presidente Sarney também possuía na época 20 das 57 estações de rádio e televisão do Maranhão, um dos estados mais pobres do nordeste brasileiro.
- 35 Além das concessões obtidas com envolvimento político-partidário, as igrejas também conquistaram seu espaço – tanto a católica quanto as evangélicas, que usam as emissoras para difundir seu proselitismo religioso.
- 36 Aos movimentos sociais e à população em geral não sobraram muitas opções. Uma alternativa presente em outros países latino-americanos, e também no Brasil, eram as concessões de rádios comunitárias, as quais lutam até hoje por um aumento de sua potência e de seu alcance, para chegarem a mais localidades. Porém, não há interesse político para efetivar a regulamentação desse segmento.
- 37 A ausência de vários setores da sociedade civil organizada quanto à participação no processo concessionário é alvo de estudos, e, como explica Faxina (2012), prejudica a qualidade da informação que chega ao telespectador. Para o autor, a pluralização da informação proporcionaria e exigiria novas formas de olhar, bem como novas temáticas, fontes ou narrativas, entre outros elementos.

- 38 Mas não é só isto que afeta a programação televisiva brasileira. É também a falta de uma televisão estatal de qualidade, no que tange a uma programação plural, ainda mais se for considerada a criação (não esquecendo o funcionamento) da TV Brasil, em 2007, como iniciativa governamental voltada à abertura de espaço para um serviço “público” de televisão. Faxina explica que
- a expectativa de que a criação da TV Brasil pudesse mexer com o *status quo* vigente está no próprio fato de que a sua existência foi – e ainda é – recheada de discussões que acirram posições ideológicas tanto no âmbito do Congresso Nacional quanto nos espaços da grande mídia privada e da sociedade civil organizada (Faxina, 2012).
- 39 Por seu lado, Kucinski ressalta que essa “não presença” real da televisão pública permite que as redes privadas sejam ainda mais fortes. O autor refere “um poder agravado pela incipiência da rede pública de TV no Brasil e sua falta de autonomia em relação ao Estado” (Kucinski, 1998).
- 40 Mesmo assim, os problemas referentes à qualidade da informação e às concessões não impedem a televisão de ser ainda o meio de comunicação mais consumido pelos brasileiros. Conforme apresentado na introdução, quase todas as casas brasileiras possuem o aparelho, e, nesse total, um público significativo consome informações dos telejornais noturnos, sobretudo os veiculados pela principal emissora brasileira.
- 41 A Rede Globo, maior organização de televisão do país, obteve sua concessão na época de Juscelino Kubitschek na Presidência da República, alcançando a posição hegemônica que ocupa até hoje durante o governo ditatorial pós-golpe de 1964. Na época a empresa firmou acordo com o grupo de mídia norte-americano Time Life, obtendo apoio financeiro, tecnológico e de formação de recursos humanos, o que permitiu seu grande desenvolvimento.
- 42 As relações entre a política brasileira e esse conglomerado midiático são intensas desde seu surgimento. A primeira edição do Jornal Nacional (telejornal de maior audiência no Brasil até hoje) destacou que o governo do país passava temporariamente para as mãos de três ministros militares, por causa de uma doença do então Presidente, General Costa e Silva.
- 43 Durante a ditadura militar, segundo Rezende (2000), o conteúdo da emissora se afastou da realidade brasileira, pois buscava no entretenimento a fuga das discussões políticas que ferviam na época. Investiu muito em shows caríssimos e em telenovelas, deixando de abordar a política nacional. O Jornal Nacional também não trazia discussões políticas, mesmo com o fim da censura oficial, continuando a tratar o regime militar de forma positiva e a oposição de maneira negativa. No quesito técnico, sua editoria tinha como critérios a agilidade e o estilo mancheteado, que proporcionava clareza e rapidez, visando absorção rápida do assunto pelo telespectador. Exemplo disso foi um importante comício em favor de eleições diretas em São Paulo, com a TV Cultura (estatal) sendo a única a cobrir o evento. A Rede Globo apenas noticiou comícios regionais, sem muita ênfase. Só quando o clamor social tomou conta da população o Jornal Nacional levou o assunto para todo o Brasil.
- 44 O quadro abaixo apresenta um resumo do número de concessões de emissoras de televisão distribuídas por governos distintos, demonstrando a presença do Estado brasileiro e o seu controle no processo. A opção pelos três períodos ocorre em função de modificações legislativas ou de regimes governamentais.

Quadro 01 – Concessões e governos no Brasil

Governo	Concessões e outorgas (TVs e Rádios)
Ditadura Militar – Governo Figueiredo	40 (comerciais)
Governo Sarney	1028 (rádio e tv)
Governo Fernando Henrique Cardoso	529 (comerciais) 357 (educativas)

- 45 De acordo com a Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ), o governo Figueiredo aumentou em 50% o número de concessões de rádio e televisão no Brasil, o maior percentual da história brasileira. Depois, no governo Sarney, foi nomeado ministro das comunicações Antônio Carlos Magalhães (ACM), um dos mais antigos políticos do nordeste brasileiro, proprietário de um importante conglomerado de comunicações daquela região, no estado da Bahia. No início de sua administração, ACM cancelou 144 outorgas concedidas no governo Figueiredo, aparentemente para limitar concessões feitas pelo governo militar. Na sequência, Sarney e ACM distribuíram mais de mil concessões, e só no último ano desse governo foram abertos vários editais para concessão de rádio e televisão, com o objetivo de negociar politicamente com parlamentares no período de elaboração da Constituição Federal de 1988.
- 46 No governo Fernando Henrique Cardoso (1994 a 2002), com a criação do Decreto 1720³, as concessões foram restringidas. Contudo, a aproximação com a política e os políticos continuou estreita. Segundo Pieranti (2006), quase duas mil emissoras foram outorgadas, e, destas, 527 foram para empresas de comunicação, 479 para prefeituras, 472 para igrejas, 102 para fundações educativas e 268 para políticos. Dezenove deputados federais e seis senadores receberam concessões e votaram favoravelmente à reeleição, que anteriormente era proibida no país.
- Quase 400 dessas RTVs, principalmente as destinadas a deputados, senadores e prefeitos, receberam autorização para funcionarem em dezembro de 1996, apenas um mês antes da votação em primeiro turno da emenda da reeleição na Câmara dos Deputados (Brener e Costa, 1997). As concessões, mais uma vez, contribuíram decisivamente para que o poder público pudesse aprovar uma medida polêmica (Pieranti, 2006).

4. Relações políticas nas concessões da Argentina

- 47 As ações do Estado nas concessões de rádio e televisão na Argentina podem ser divididas em função da Lei de Meios: antes, pouca restrição, com benefícios para as empresas multimidiáticas privadas, e pouco controle quanto à propriedade cruzada, à presença de capital estrangeiro e à produção nacional, regional e local; depois, fortalecimento da participação da sociedade civil, regionalização e nacionalização de conteúdo, desconcentração de oligopólios midiáticos e limitação ao número de concessões públicas por empresas privadas.
- 48 O período em vigor da Lei de Meios Audiovisuais ainda é curto. Ela foi criada em outubro de 2009, mas, durante quatro anos, até outubro de 2013, conflitos judiciais entre o governo federal e o Grupo Clarín, detentor da propriedade de grande número de

empresas de comunicação, mantiveram suspensos alguns artigos da lei, impedindo sua aplicação integral. Nesse período, no entanto, houve diversas transformações no sistema de meios audiovisuais do país. Todos os detentores de concessões públicas de rádio e televisão precisaram apresentar planos de adequação à nova lei ao órgão regulador criado pela própria lei, a Autoridade Federal de Serviços de Comunicação Audiovisual (AFSCA).

- 49 Antes de entender como funciona o sistema de concessões de televisão a partir da vigência da Lei de Meios Audiovisuais, apresenta-se um panorama sobre as relações dos licenciatórios com governos antecessores.
- 50 Quando os canais 9, 11 e 13 de Buenos Aires foram colocados em concorrência para a concessão pública de serviços audiovisuais, em 1958, a Argentina vivia o período pós-peronista, com mais um golpe militar, ocorrido em 1955 – e o antiperonismo foi um fator-chave para o início da televisão privada no país. Durante a década de 50, enquanto a televisão não tinha prognósticos de futuro, as concessões se mantinham sob o controle de Juan Domingo Perón, Presidente do país.
- 51 O modelo implantado naquele período para as concessões de televisão aberta moldaria o cenário midiático argentino do restante do século, com poucas variantes, conforme demonstra Mastrini (2009). A partir das medidas tomadas pelo governo do General Aramburu, se formou um modelo televisivo caracterizado pela iniciativa privada e pela exploração comercial da radiodifusão, o que não foi questionado nem quando os canais voltaram à propriedade estatal, entre 1974 e 1989. Em meados da década de 60, duas das três principais diretrizes da política comunicacional foram desvirtuadas: a proibição da participação de capital estrangeiro e a formação de redes. Além disso, "se generó un modelo de comunicación dependiente de la publicidad, que no consideró las dificultades que este sistema encontraría en el interior del país" (Mastrini, 2009). O único "êxito" apontado pelo autor foi a eliminação do peronismo da propriedade dos meios, ainda que não tenha resultado na desapareição deste da vida política.
- 52 Na década de 70, com o terceiro governo peronista, entre 1973 e 1976, o projeto de uma televisão que representasse de fato um serviço público norteou a política de comunicação governamental. Capitaneada por grupos de trabalhadores, a proposta buscava um modelo de televisão com maior participação das organizações de trabalhadores do setor, do poder legislativo e de outras entidades, com diminuição da carga publicitária, maior produção nacional e mais conteúdos culturais. No entanto, eram vários os projetos de televisão de serviço público, o que dificultava o consenso. A re-estatização das concessões ocorreu em 1974, mas o governo peronista teve pouco tempo para implementar tal projeto. Conforme explicam Morone & Charras (2009),
- desde la sanción de la ley de expropiación de productoras y repetidoras hasta la caída del gobierno [en 1976], (...) los medios fueron un espacio ideal en donde reflejar la ideología gubernamental predominante (Morone & Charras, 2009).
- 53 Além de obstruir a ideia próxima à do serviço público, a estatização dos canais viria a ser uma herança valiosa em favor do Processo de Reorganização Nacional, a ditadura de Jorge Videla.
- 54 Durante o último período ditatorial, a política de comunicação buscou um consenso social, com o objetivo de permitir duas ações:
- la lucha represiva contra todo lo que ellos definían como subversivo y la implementación de un nuevo patrón de acumulación, basado en la valorización financiera, que reconfigurará toda la estructura social argentina (Postolski & Marino, 2009).

- 55 Para tanto, o uso da censura e do controle direto ou por meio de organismos de supervisão foi praticado em diferentes escalas. A dependência econômica também foi outro fator-chave. O Estado era o maior anunciante, e a geração de condições diferenciadas, os subsídios e a quantidade de dinheiro disseminado no sistema de meios posicionaram o governo como um aliado desejado pelos atores privados (Postolski & Marino, 2009). Neste período, a Lei de Radiodifusão n.º 22.285 foi decretada, baseada na Doutrina de Segurança Nacional, fundamentada no lucro e sem possibilidades de acesso para os setores populares.
- 56 Com o fim da ditadura militar e a redemocratização da Argentina, em 1983, Raúl Alfonsín assumiu o governo disposto a realizar várias transformações estruturais nas políticas públicas em relação ao que havia sido feito nos oito anos de governo militar. A proposta programática de Alfonsín se aproximava, em vários pontos, da que hoje vigora na Argentina. Porém, colocada dentro de uma visão global de suas tentativas, a maior parte sem sucesso, a política de comunicação não obteve êxito, em função de dissonâncias tanto internas, no governo, quanto externas, como a atuação de agentes diretamente interessados no negócio. Uma das ações tomadas pelo governo acabou sendo a suspensão do Comité Federal de Radiodifusión (COMFER), órgão responsável pela concessão das licenças de rádio e televisão. A ação, no entanto, impediu o acesso de qualquer cidadão argentino a qualquer licença legalmente, o que atrasou ainda mais a implantação de um novo sistema de meios e possibilitou a criação de rádios ligadas a caudilhos políticos e de outras, comunitárias – que, mais tarde, fundariam o Foro Argentino de Rádios Comunitárias (Farco). Os sinais de televisão aberta seguiram estatais até o governo seguinte.
- 57 Ficou a cargo de Carlos Menem, a partir de 1989, uma série de mudanças no sistema de meios. Com a privatização de concessões de TV aberta, o Canal 7 e as rádios nacionais, ao permanecerem nas mãos do Estado, “não ofereceram perfis diferentes aos privados comerciais, nem tampouco constituíram alternativas para a produção ou difusão de programas elaborados com algum critério de participação social” (Mastrini, 2009). O sistema público se reduziu ao Serviço Oficial de Radiodifusão, integrado segundo a Lei de Radiodifusão por uma estação de rádio e um canal principal desde a capital federal – Radio Nacional e ATC –, uma estação de rádio em cada província, as repetidoras do canal oficial de televisão e as estações de Radiodifusão Argentina ao Exterior.
- 58 Com a chegada de Fernando de La Rúa à Presidência da Argentina, em 1999, houve novamente uma tentativa de regulamentação do setor midiático do país. No entanto, o governo previa, com base na antiga Ley de Radiodifusión, regulamentar alguns artigos desta última, de forma a aumentar seu poder de fiscalização, com a reorganização do COMFER e a separação entre a administração política e as principais empresas. Conforme afirma Leiva (2009), o governo propunha "la continuidad del liberalismo comunicacional existente matizado por ciertas dosis de transparencia y prolijidad planificatoria". Nos dois últimos anos do século XX houve tentativa de regular o regulador, e, ainda, de aumentar poderes políticos, ao dividir a gestão e a administração do espectro entre Estado e empresas, o que não contribuiu para a democratização dos meios.
- 59 Passados o estopim da crise econômica de 2001 e a renúncia de Fernando de La Rúa, Eduardo Duhalde assumiu a Presidência da Argentina. Agiu em duas linhas com relação aos meios privados: adotou medidas efetivas para salvaguardar a propriedade dos principais meios privados e garantir a sua posição de mercado; e modificou o Código

Penal para penalizar a radiodifusão "ilegal". Outro eixo, referente aos meios públicos, foi produto de uma fraca vontade política. No entanto, o governo de Duhalde enfrentou um difícil período de crise econômica e institucional, o que o levou a delinear uma política de apoio ativo ao mapa de meios concentrado, deixando de lado objetivos como a democratização da comunicação, o pluralismo e a participação cidadã.

- 60 A era Kirchner, iniciada em 2003, com a eleição de Néstor Kirchner como Presidente da Argentina, permitiu a maior mudança no sistema de meios audiovisuais do país desde o início da televisão. No entanto, foi apenas na gestão de Cristina Kirchner, a partir de 2008, que o conflito por uma nova lei para regulamentar os meios de comunicação audiovisuais deflagrou. Entre 2003 e 2007, o governo foi conivente com a "preservación y protección de los intereses de los grupos multimedia más concentrados, incidiendo negativamente en los indicadores de la democracia de las comunicaciones" (Califano, 2009).
- 61 Alguns avanços foram percebidos, como a modificação do artigo 45 da Ley de Radiodifusión, que admitiu o ingresso de setores sem fins de lucro em concessões de radiodifusão, e notaram-se melhorias significativas na qualidade e no alcance dos meios públicos, com o lançamento do canal Encuentro e a instalação de repetidoras do Canal 7 pelo país. Apesar disso, medidas como a autorização de fusão entre as duas maiores empresas de TV por cabo do país ajudaram a concentrar poder econômico nos meios privados.
- 62 Com a chegada de Cristina Kirchner à Presidência, uma medida de retenção de exportação de grãos causou rompimento entre o governo federal e os setores patronais agrários. O posicionamento midiático do Grupo Clarín em relação à medida foi o pretexto para o governo colocar na agenda formal a possibilidade de uma nova lei que regulamentasse os meios audiovisuais⁴.
- 63 Atualmente, as relações do Estado com as concessões audiovisuais são geridas pela Autoridade Federal de Serviços de Comunicação Audiovisual (AFSCA), um dos seis órgãos criados pela Lei n.º 26.522 para o sistema de meios. A AFSCA é composta por sete membros, nomeados pelo poder executivo nacional. O presidente e um dos diretores são designados pelo Executivo; três diretores, representantes dos três principais blocos parlamentares, são nomeados pela Comissão Bicameral de Promoção e Seguimento da Comunicação Audiovisual; e outros dois diretores são propostos pelo Conselho Federal da Comunicação Audiovisual, devendo um deles ser um acadêmico representante das faculdades ou de carreiras ligadas à Comunicação Social.
- 64 Este sistema e a pluralidade de vozes podem democratizar o espaço de debate sobre os serviços de comunicação audiovisual do país, ainda que o presidente da AFSCA seja nomeado pelo poder executivo. No entanto, o órgão permite a participação da oposição, por meio, como referido, de representantes das três maiores bancadas do Congresso Nacional.
- 65 Neste caso, o conflito entre o campo midiático e o campo político se manifestou em novembro de 2012, quando um parlamentar de oposição ao kirchnerismo, Alejandro Pereyra, designado para fazer parte da AFSCA, teve sua designação bloqueada pelo governo após ser questionado por entidades da sociedade civil⁵ devido à sua atuação como advogado de empresas midiáticas, e por falsificar dados de seu currículo. A impugnação gerou divergências políticas entre os poderes legislativo e executivo, após o Grupo Clarín noticiar⁶ que partidários da oposição (Frente Ampla Progressista) tinham criticado

Cristina por bloquear a participação de vozes contrárias no órgão administrativo dos meios.

- 66 O novo marco legal estabelece outras diferenças destacáveis em relação à antiga lei – conforme quadro abaixo, a partir do resumo do Projeto de Lei que transitou no Congresso Nacional da Argentina durante o processo de aprovação:

Quadro 02 – Características das leis

	Ley de Radiodifusión – Ley nº 22.285/1980	Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual – Ley nº 26.522/2009
Proteção ao trabalho argentino e local	Não se protege o trabalho argentino nem se incentiva a produção local	Garante e protege o trabalho local e argentino mediante cotas de exibição de cinema local. Exige 70% de produção nacional nas rádios e 60% na TV
Multiplicidade de licenças em serviços abertos	Permite que uma só pessoa seja titular de 24 licenças de serviços abertos (rádio e TV)	Só se pode ter 10 licenças de serviços abertos
Cinema nacional	Não está previsto	Estabelece uma cota de exibição de cinema nacional, como o fez França e Brasil
Produção de conteúdos educativos e infantis	Não se fomenta a produção de conteúdos educativos ou infantis	Fomenta a produção de conteúdos educativos e infantis. Estabelece um Conselho Assessor sobre Audiovisual e Infância para garantir o cumprimento destes objetivos
Licenciários	A radiodifusão só se podia exercer como atividade com fins de lucro. As modificações operadas durante a década de 90 facilitaram a concentração horizontal por via da admissão dos multimeios e a aparição de holdings. Somente em 2005 o Congresso Nacional permitiu a pessoas jurídicas sem fins de lucro serem titulares de licenças, mas com algumas restrições	Permite o acesso a entidades sem fins de lucro. Reserva com caráter inderrogável 33% do espectro para pessoas jurídicas sem fins de lucro tais como associações, fundações, entidades filantrópicas, etc.
Controle de tarifas de serviços por assinatura	Não se estabelece um regime de preços dos serviços pagos	Estabelece uma tarifa social

- 67 As diferenças nas relações dos meios privados com a gestão kirchnerista, por comparação com os governos anteriores, estão manifestas tanto nos artigos da Ley de Medios, proposta pelo poder executivo em 2009 e aprovada no mesmo ano, quanto na dinâmica de concessões de rádio e televisão no país. A lei tomou por base a proposta de diversos setores da sociedade civil integrantes da Coalición por una Radiodifusión Democrática, que redigiram um documento em torno do qual se mantiveram unidos pela criação de um novo marco legal para a regulação do sistema de meios audiovisuais. Foi este documento, "21 Puntos Básicos por El Derecho a la Comunicación", que norteou o texto da atual lei.
- 68 Este norteamiento manifesta-se na forma como acontece hoje a relação entre o Estado e as concessões públicas de rádio e televisão na Argentina. Com a nova lei, entidades sem fins de lucro passaram a ter maior acesso a concessões de rádio e televisão, e a regulamentação das rádios já existentes e que operavam à margem da lei se tornou possível. Apesar do conflito existente entre o governo Kirchner e o Grupo Clarín, todos os meios privados apresentaram seus planos de adequação à Ley de Medios no prazo limite de 7 de dezembro de 2012, e já tiveram sua situação avaliada e regularizada pela AFSCA⁷. O Grupo Clarín, por sua vez, seguiu questionando na Suprema Corte Argentina a constitucionalidade de artigos da lei que alegadamente prejudicariam de modo direto as liberdades de mercado, de expressão e de imprensa.
- 69 Com a sentença de constitucionalidade proferida pela Suprema Corte em outubro de 2013, o grupo foi obrigado a apresentar plano de adequação, e o fez no início de novembro do mesmo ano. Assim como várias outras empresas de mídia precisaram se adequar transferindo concessões e reorganizando participações societárias e propriedades cruzadas, o Clarín também foi levado a isso. O plano de adequação foi aprovado pela AFSCA por unanimidade em fevereiro de 2014, e o grupo teria 180 dias a partir de então para se dividir, conforme sua proposta, em seis unidades empresariais diferentes, com participações societárias distintas. O Clarín não precisou se desfazer de nenhuma concessão pública, mas a reorganização das empresas fez com que negócios que antes interligavam o grupo em várias frentes ficassem dentro dos limites da nova lei.
- 70 No entanto, a mesma sentença de constitucionalidade⁸, muito comemorada pelos grupos aliados da Frente para la Victoria, partido kirchnerista, determinou ações de adequação do governo à Ley de Medios. A sentença trouxe recomendações críticas ao governo e a seu órgão de aplicação e regulação da lei: "(...) su propósito de lograr pluralidad y diversidad en los medios masivos de comunicación perdería sentido sin la existencia de políticas públicas transparentes en materia de publicidad oficial"; "lo mismo ocurre si los medios públicos, en lugar de dar voz y satisfacer las necesidades de información de todos los sectores de la sociedad, se convierten en espacios al servicio de los intereses gubernamentales"; "la autoridad de aplicación (...) debe respetar la igualdad de trato, tanto en la adjudicación como en la revocación de licencias, no discriminar sobre la base de opiniones disidentes".
- 71 Hoje a Ley de Medios é aplicada em sua íntegra. Dentre as determinações de seu texto, note-se que a distribuição do espectro de rádio e televisão deve ser dividida em terços, sendo 34% das concessões destinadas a organizações da sociedade civil sem fins de lucro, 33% ao Estado e 33% à iniciativa privada. Esta divisão abriu oportunidade para que vários movimentos sociais, ONG, cooperativas, sindicatos ou instituições educacionais, por exemplo, tivessem acesso legal a licenças de rádio e televisão. Aos poucos, licitações públicas foram sendo abertas para que as entidades apresentassem suas propostas, e

cursos de capacitação começaram sendo ministrados pela própria AFSCA para organizações que não possuíam expertise midiática.

5. Diferenças e semelhanças entre Brasil e Argentina

- 72 Vista a apresentação histórica das concessões televisivas no Brasil e na Argentina, é necessário ressaltar que a realidade dos dois países expõe uma diferença grande, principalmente após a criação da nova legislação dos meios de comunicação argentinos. A redemocratização das mídias que aconteceu na Argentina é algo ainda distante da realidade brasileira, e, como apresentado acima, acaba deixando uma parcela da população, incluindo movimentos sociais e sociedade civil organizada, entre outros, praticamente sem presença nas concessões de televisão.
- 73 Anteriormente a esta nova lei, as realidades estavam mais próximas. Ainda assim, há semelhanças. Uma delas é a garantia, em forma de norma legal, que evita a participação de capital estrangeiro nas concessões – ou seja, não é permitido em nenhum dos dois países que estrangeiros sejam concessionários de emissoras televisivas.
- 74 Outra semelhança é a influência que a ditadura militar teve sobre os veículos. Os ditadores, observando o potencial da televisão, utilizaram-no para alcançar a população de uma maneira mais intensa. Os governos militares ditatoriais de ambos os países consideraram a mídia em geral, e principalmente as emissoras de rádio e TV, bem como os sistemas de telefonia, como segmentos estratégicos essenciais, tendo em vista o exercício do poder político. Adeptos da ideologia de segurança nacional, os dois regimes, tanto o brasileiro quanto o argentino, davam grande importância às ações de integração territorial e cultural de seus países, e um instrumento fundamental utilizado para isso foram os sistemas gerais de telecomunicações.
- 75 No Brasil, na década de 70, implantou-se o sistema de transmissão por microondas, a partir da criação da empresa estatal EMBRATEL (Empresa Brasileira de Telecomunicações), que gerenciava operacionalmente todo o funcionamento das comunicações via satélite. Assim, foi possível à televisão brasileira atuar em redes, com sua programação sendo apresentada nos mais diversos pontos do país simultaneamente. As grandes emissoras, capitaneadas pelo conglomerado hegemônico (Rede Globo), se constituíram dessa forma numa espécie de ferramenta empregada de acordo, sobretudo com os interesses políticos e econômicos das esferas de poder governamental.
- 76 Programas produzidos numa central, geralmente atuante nos principais centros urbanos (Rio de Janeiro e São Paulo), como por exemplo telejornais e telenovelas, passaram a ser difundidos no mesmo horário dentro da grade de programação das emissoras para todo o país. A ênfase era para conteúdos de caráter nacional em detrimento da programação regional, agora muito mais onerosa em termos de custos de produção – e sendo mais difícil a obtenção de anúncios de patrocinadores.
- 77 Possivelmente, as semelhanças mais plausíveis de serem destacadas nas relações entre o poder político governamental e a mídia televisiva, no Brasil e na Argentina, estariam no funcionamento normativo das concessões (até à efetivação da Lei de Meios Audiovisuais no país platino), o que permitia toda a sorte de acertos para beneficiar grupos de apoio aos segmentos detentores do poder. Dessa forma, a ampla distribuição das concessões era feita sem critérios definidos, com base apenas na adesão política.

- 78 Muito embora se destaque mais o período relativo aos regimes ditatoriais, é preciso lembrar, da mesma forma, que em momentos de atuação de governos eleitos democraticamente a maneira como decorrem as relações entre o poder governamental constituído e a mídia não difere muito no que tange a outorgas de concessões, ou mesmo ao posicionamento político das empresas do segmento midiático televisivo.
- 79 Com a vigência da nova legislação argentina para o setor, se firma uma diferenciação que caracteriza a televisão naquele país, a princípio, como mais plural em comparação com a realidade brasileira – onde ainda se busca implantar mecanismos legais para o alcance de maior democratização dos meios de comunicação. Vale destacar, nesse ponto, a necessidade de se regulamentar melhor o sistema de propriedade, ainda altamente concentrado, mas com uma também necessária liberdade quanto à produção de conteúdo.

Considerações Finais

- 80 Com o desenvolvimento dos estudos e das pesquisas sobre esse campo do conhecimento que circunscreve a comunicação a um plano mais abrangente, e a televisão de modo particular, vão se tornando mais claros os meandros em que se determinam os caminhos percorridos pelas relações entre o poder exercido pelo Estado/pelos governos e os grupos midiáticos. Essas relações podem influenciar, até certo ponto, todo o processo de comunicação, incluindo a transmissão de informação e o acesso a esta, que se constituem em elemento de fundamental importância para o funcionamento democrático da sociedade.
- 81 Compreender os contextos, incluindo características e agentes, permite que se estructurem reflexões e se apontem indicativos de estudos, a fim de que se estabeleçam bases necessárias ao público em geral para o conhecimento imprescindível de uma avaliação crítica sobre o funcionamento social da mídia e as suas implicações e para a consolidação de opiniões, visando uma atuação em prol da cidadania.
- 82 Ao apresentar os panoramas de Brasil e Argentina, verifica-se que a presença do Estado e do governo nas emissoras de televisão é fortemente marcada. É possível destacar também que, apesar das diferentes realidades dos dois países, há certas similaridades no que tange ao campo das comunicações. As barganhas políticas e os interesses privados em conquistar capital em torno do meio estão presentes, e, como foi possível destacar nas comparações, há uma grande proximidade pela igualdade de regimes governamentais – no caso específico das ditaduras militares – que envolveram ambos. Foi na época ditatorial dos dois países que houve um aumento no empenho pela exploração da televisão e de seu uso com interesses políticos de dominação e de poder.
- 83 Além das similaridades, vê-se como diferencial uma intensa rigidez no sistema legal brasileiro, que ainda possui resquícios ditatoriais, principalmente por a legislação respeitar o Decreto-Lei de 1963⁹, estabelecido pelo então Presidente, João Goulart. Nem mesmo a criação da normativa constitucional conseguiu alterar a barganha política pré-estabelecida no período anterior, podendo ainda ser verificada e apresentada como moeda de troca em negociações atuais.
- 84 Já a Argentina está um passo à frente, com uma nova legislação, que, apesar de recente, começa a redistribuir o poder dos veículos, que são tão importantes no contexto latino-americano. No entanto, esta redistribuição é permeada de questionamentos sobre o controle direto que pode ou não exercer o Poder Executivo, tanto econômica quanto

ideologicamente, sobre o sistema de meios audiovisuais. A necessidade de cumprimento destes quesitos foi, inclusive, apontada pela Suprema Corte do país, e é objeto constante de críticas por parte da oposição política ao governo de Cristina Kirchner.

- 85 A distância contemporânea entre os dois países em relação à regulação dos grupos midiáticos se deve muito à capacidade que o governo argentino teve de enfrentar o poder econômico, político e midiático das empresas de comunicação no país. Muitas ações do kirchnerismo, no entanto, são passíveis de questionamento; porém, a Ley de Medios é um modelo de instrumento legal pela democratização dos meios audiovisuais, mesmo que as circunstâncias de enfrentamento não ocorram em condições igualitárias neste espaço de conflito. Ainda que comparáveis em seus contextos, Grupo Clarín e Grupo Globo, por exemplo, possuem poder econômico e midiático bastante distantes – muito maiores no caso brasileiro.
- 86 A configuração midiática da televisão no Brasil e na Argentina e as suas relações com as políticas voltadas para o veículo e praticadas em cada um dos países contribuem para as ciências da comunicação porque estabelecem um referencial necessário para a compreensão das relações de poder existentes nos dois países. Trata-se, também, de uma representação do que acontece em vários outros países da América Latina – em diferentes medidas e condições.
- 87 Este artigo pode servir, então, como instrumento de comparação histórica com realidades presenciadas em países europeus, onde os meios audiovisuais tiveram uma participação maior do Estado quanto ao desenvolvimento dos sistemas públicos de televisão, enquanto no Brasil e na Argentina, e em vários outros países latino-americanos, o modelo comercial é predominante.
- 88 Para além do resgate histórico, através de pesquisas bibliográficas documentais, desenvolvem-se levantamentos empíricos que buscam entender em que medida esta relação de poder e cada contexto são refletidos nas estratégias midiáticas praticadas pelos atores do campo midiático. Estes estudos buscam espaços de interseção com outros campos sociais em duas configurações: no caso argentino, entender como se manifesta o processo de midiática da política a partir da atuação de programas televisivos em um meio público e um meio privado durante as eleições legislativas de 2013, considerando-se a Ley de Medios como um fator transformador destas relações; no caso brasileiro, compreender como as negociações políticas de concessões de rádio e televisão podem implicar em decisões legislativas, principalmente na aprovação de políticas públicas nacionais, que influenciam decisivamente a sociedade brasileira.

BIBLIOGRAFIA

Argentina (2009). Ley n. 26.522 de 10 de octubre de 2009. Buenos Aires.

Brasil (1988). Constituição da República Federativa do Brasil, Senado Federal Brasileiro.

Bucci, E. (2010). É possível fazer TV Pública no Brasil? Novos estud. - CEBRAP, n.º 88, São Paulo.

- Califano, B. (2009). Comunicación se escribe con K. La radiodifusión bajo el gobierno de Néstor Kirchner. In: Mastrini, G. (ed.). *Mucho ruido, pocas leyes*. Buenos Aires: La Crujía.
- Coalición por una Radiodifusión Democrática (2004). 21 Puntos Básicos por el Derecho a la Comunicación. Disponível em: "<http://especiales.telam.com.ar/advf/documentos/2012/11/509435587ec92.pdf>" <http://especiales.telam.com.ar/advf/documentos/2012/11/509435587ec92.pdf> [junho de 2014].
- Faxina, E. (2012). Do mercado a cidadania: os desafios da transformação dos sujeitos discursivos, das institucionalidades e das narrativas jornalísticas na TV pública brasileira. Disponível em: <http://biblioteca.asav.org.br/vinculos/tede/ElsonFaxina.pdf> [março e 2014].
- Kucinski, B. (1998). *A Síndrome da Antena Parabólica*. São Paulo: Editora Perseu Abramo.
- Kucinski, B. e Lima, V. (2009). *Diálogos da perplexidade: reflexões críticas sobre a mídia*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo.
- Leiva, M.T.G. (2009). Fin de milenio: concentración, continuidad y control. Una mirada sobre las políticas de radiodifusión del gobierno de Fernando de la Rúa. In: Mastrini, G. (ed.) *Mucho ruido, pocas leyes*, Buenos Aires: La Crujía.
- Lima, V. (2009). A responsabilidade social da mídia. Disponível em: http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/a_responsabilidade_social_da_midia [junho de 2014].
- Lima, V. (2011). O silêncio como forma de censura. Disponível em: <http://biblioteca.asav.org.br/vinculos/tede/ElsonFaxina.pdf> [junho de 2014].
- Martín-Barbero, J. (2009). *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: UFRJ.
- Mastrini, G. (ed.) (2009). *Mucho ruido, pocas leyes*. Buenos Aires: La Crujía.
- Morone, R. and Charras, D. (2009). El servicio público que no fue. La televisión en el tercer gobierno peronista. In Mastrini, G. (ed.). *Mucho ruido, pocas leyes*. Buenos Aires: La Crujía.
- Pieranti, O.P. (2006). *Políticas para mídia: dos militares ao governo Lula*. São Paulo: Lua Nova.
- Postolski, G. e Marino, S. (2009). Relaciones peligrosas: los medios y la dictadura, entre el control, la censura y los negocios. In Mastrini, G. (ed.). *Mucho ruido, pocas leyes*. Buenos Aires: La Crujía.
- Rezende, G. J. de (2000). *Telejornalismo no Brasil*. São Paulo: Summus.
- Teleco Brasil (2012). O desempenho do setor de telecomunicações no Brasil - Séries Temporais, preparado pelo Teleco para a Telebrasil. Disponível em: "<http://www.teleco.com.br/estatis.asp>" <http://www.teleco.com.br/estatis.asp> [junho 2014].
- TV Pública (2014). Historia. [Online], Disponível em: "<http://www.tvpublica.com.ar/institucional/historia/>" <http://www.tvpublica.com.ar/institucional/historia/> [junho cd 2014].
- Varela, M. (1998). Los comienzos de la televisión argentina en el contexto latinoamericano, *Latin American Studies Association*, 24-26 Setembro.
- Vizeu, A., Porcello, F. and Coutinho, I. (2010). *60 anos de telejornalismo no Brasil: História, análise e crítica*, Florianópolis: Insular.

NOTAS

1. De acordo com o título IV, Capítulo I, § 1º da Constituição Federal brasileira, compete ao Presidente da República outorgar, por meio de concessão, a exploração dos serviços de radiodifusão de sons e imagens. § 2º Compete ao Ministro de Estado das Comunicações outorgar, por meio de concessão, permissão ou autorização, a exploração dos serviços de radiodifusão sonora.
2. A Proposta de Emenda Constitucional (PEC) 005/1983, que leva o nome do deputado proponente, Dante de Oliveira, tinha como objetivo o restabelecimento das eleições diretas para Presidente da República do Brasil. A PEC não foi aprovada, mas deu início ao movimento de Diretas Já, para o fim da ditadura militar no país.
3. O decreto 1720, de novembro de 1995, altera dispositivos do Regulamento dos Serviços de Radiodifusão aprovado pelo Decreto nº 52.795, de 31 de outubro de 1963, e modificado por disposições posteriores.
4. Ver Dias, E. C. O contexto de implantação da Lei de Meios Audiovisuais na Argentina: relações entre os campos político e midiático. João Pessoa: Temática, Ano IX, n. 11. Novembro, 2013. Disponível em: http://www.insite.pro.br/2013/Novembro/contexto_lei_audiovisuais.pdf
5. <http://www.pagina12.com.ar/diario/elpais/1-208509-2012-11-24.html>
6. http://www.clarin.com/politica/Bloquean-designacion-director-oposicion-AFSCA_0_816518469.html
7. Ver http://www.afsca.gob.ar/wp-content/uploads/2012/12/Adecuaciones_presentadas.pdf
8. Ver <http://www.telam.com.ar/advf/documentos/2013/10/526fe1670d4f2.pdf>
9. O decreto é ainda vigente, apesar da criação de nova normativa constitucional.

RESUMOS

Os sistemas televisivos de Brasil e Argentina despertam interesse de atores e instituições políticas. As políticas públicas que regulam a concessão de licenças audiovisuais são historicamente permeadas por interesses que variam a cada contexto, envolvendo poderes do Estado. Este trabalho compara alguns aspectos destas políticas no Brasil e na Argentina e assinala semelhanças e diferenças entre legislações e momentos históricos. Trata brevemente a história da televisão nos dois países para, depois, descrever a relação do Estado com os detentores das concessões públicas. O artigo oferece uma reflexão teórica sobre a importância política e as implicações do funcionamento dos respectivos sistemas midiáticos.

The television systems of Brazil and Argentina are interesting actors and political institutions. Public policies governing the granting of audiovisual licenses are historically permeated by concerns ranging to each context and involving state powers. This paper compares some aspects of these policies in Brazil and Argentina and points out similarities and differences between legislation and historical moments. It briefly refers to the history of television in both countries, and after that it describes the State's relationship with the public concession holders. The article offers a theoretical reflection on the political importance and the implications of the operation of their media systems.

ÍNDICE

Keywords: television concessions, Brazil, Argentina, politics, communication

Palavras-chave: concessões televisivas, Brasil, Argentina, política, comunicação

AUTORES

JOÃO SOMMA NETO

Universidade Federal do Paraná

jsomma@ufpr.br

RENATA CALEFFI

Universidade Federal do Paraná

recaleffi88@gmail.com

EDUARDO COVALESKY DIAS

Universidade Federal do Paraná

educovalesky@gmail.com