

AS REDES DO PODER:
O EXERCÍCIO DA HEGEMONIA NO PROCESSO DE
CONCESSÃO DE CANAIS DE TELEVISÃO EM 1981

Manoel Augusto de Almeida e Silva

FEV
200
PRETO

AS REDES DO PODER
O EXERCÍCIO DA HEGEMONIA NO PROCESSO DE
CONCESSÃO DE CANAIS DE TELEVISÃO EM 1981

Dissertação submetida como requisito
parcial para a obtenção do grau de
Mestre em Educação.

Rio de Janeiro
Fundação Getúlio Vargas
Instituto de Estudos Avançados em Educação
Departamento de Administração de Sistemas Educacionais
1988

"O sistema ideológico (...), essa prisão de mil janelas simboliza o reino de uma hegemonia (...)".

Maria-Antonietta Macciocchi

Aqueles que tanto vêem na televisão e, por pouco saberem das tramas das redes do poder, pouco vêem as grades da prisão de mil janelas.

A meus pais,
em quem tanto vi e aprendi.

A Cláudio Cals, com quem comecei a abrir algumas janelas.

AGRADECIMENTOS

Ao Professor Carlos Alberto Plastino, que, em momento difícil, aceitou-me como orientando e, que, com equilíbrio e segurança, possibilitou-me a tranquilidade necessária para realizar esta dissertação. Minha gratidão e respeito profundos.

Aos colegas da disciplina Seminários de Projetos, que tanto me ensinaram para o curso e para a vida, e ao Professor Elter Dias Maciel - meu primeiro orientador e hábil coordenador de nossos Seminários.

Ao Professor Gaudêncio Frigotto, leitor do projeto original desta dissertação, e sempre pronto a estimular e ajudar.

À Professora Elza Lucia Denipoti, Chefe do Departamento, e à Ana Lucia Pastro e à Marlene Pereira Ramos, da Secretaria do DASE (Departamento de Administração de Sistemas Educacionais), pelo apoio e compreensão, expressos às vezes de maneira sutil, mas sempre presentes.

Ao Thiago e ao Pedro, que com o desprendimento e despojamento da infância, representam nestes agradecimentos, familiares e tantos amigos queridos, que, generosos, souberam e puderam abrir mão de nosso convívio, incentivando-me a realizar este trabalho. Agradecimentos especiais ao Laerte Rimoli, de Brasília, ao Francisco Carlos de Andrade, de São Paulo, e à Suzana Amado, do Rio de Janeiro, pela grande ajuda.

À Deputada Federal Cristina Tavares, ao Deputado Federal Mauricio Fruet, ao Rubens Furtado, ao Eliseo Pires, ao Reginaldo Dória, ao Professor Marcos Arruda, ao Manoel Francisco do Nascimento Brito Filho, à Maria Alice Langoni, ao Klibson José Renato Filho e ao Afonso Soares, que abriram espaço em suas agendas repletas de compromissos, para prestar esclarecimentos e informações de inestimável valor para esta dissertação.

ÍNDICE

	Pag.
INTRODUÇÃO	2
 CAPÍTULO I - METODOLOGIA	
Apresentação	18
Hegemonia e aparelhos de hegemonia	20
Bloco histórico	24
Ideologia	27
Estado, sociedade civil, sociedade política	31
 CAPÍTULO II - BLOCO HISTÓRICO NO BRASIL	
Apresentação	39
Mudança na estrutura - industrialização	40
O papel do Estado e do capital internacional	46
Ruptura na super-estrutura	47
O novo bloco histórico	53
. o período 1968-1973	57
. o período 1974-1978	62
. o período 1979-1981	66
 CAPÍTULO III - A TELEVISÃO NO BRASIL	
Invenção e surgimento da televisão	77
Tupi	81
Record-Rio	88
Excelsior	92
Globo	95
Bandeirantes	101
 CAPÍTULO IV - AS CONCESSÕES DE DUAS REDES DE TV EM 1981	
O processo de licitação	115
A assinatura dos contratos	122
O jogo político	128
As novas redes: Manchete e SBT	133

	Pag.
CONCLUSÃO	147
ANEXOS	187
BIBLIOGRAFIA	205

RESUMO

Em momento de crise de hegemonia, o Estado brasileiro fecha uma rede nacional de televisão e cria duas novas. A concessão, em 1981, de canais de televisão correspondentes às duas novas redes, respondeu às necessidades políticas do momento. Um exame das condições do mercado para absorver duas novas redes, da situação das outras redes já existentes e um retrospecto da televisão no Brasil, desde seu estabelecimento no país, indicam que pode ter havido um grupo econômico, dedicado primordialmente à exploração da comunicação social no Brasil, beneficiada por aquela decisão. As relações entre comunicação e capital, conforme se apresentam no Brasil, também são debatidas. A dissertação se desenvolve dentro de um quadro teórico amparado no materialismo histórico e faz um levantamento breve das etapas percorridas pela organização sócio-econômico-política brasileira desde a fase da industrialização na década de 1950 até o ano da concessão das novas redes, em 1981. O trabalho utiliza amplamente depoimentos da época, em pesquisa de jornais e revistas que cobriram o episódio das concessões das duas redes, e inclui também avaliações feitas *a posteriori* por alguns atores daquele episódio e profissionais da comunicação social.

ABSTRACT

At a moment of hegemonic crisis, the Brazilian State closes a TV national network and opens two other ones. The concession, in 1981, of TV channels that made up the two new networks, responded to the political needs of that time. A discussion of the market capability to absorb the two new national networks, the operating conditions of the existing networks and a retrospect of television in Brazil since its establishment in the country, indicate that an economic group primarily dedicated to the commercial exploration of social communications in Brazil might have been a beneficiary of that governmental decision. The relationship between media, particularly TV, and capital are also looked at. Historical materialism is the theoretical framework within which the thesis is developed, and it also briefly describes the Brazilian socio-economic-political formation from industrialization in the fifties till 1981 - the year concessions were granted to the new networks. Statements of that time, as researched in magazines and newspapers that covered the concession episode, are widely used and the thesis also includes evaluations and comments made by individuals involved in that process and experts on social communications.

INTRODUÇÃO

*"Indiscutivelmente é a era da televisão
O tão distante presente
Se faz presente, satisfaz nossa visão
Até a Lua lá no céu
Nos chega via Embratel"*
(Samba de enredo 1987 do Grêmio Recreativo Escola de Samba Império Serrano).

Se esta é uma dissertação que é submetida como requisito parcial para a obtenção do grau de mestre em Educação, deve perguntar o leitor, por que o trabalho desenvolvido é sobre a televisão? Se fossemos dar a resposta em detalhes, seria muito longo pois teríamos que, juntos, autor e leitor, fazer todo o caminho do autor desde o momento que se candidatou ao curso de mestrado até os dias de hoje. O leitor deve ser poupado de tal novela.

Entretanto, cabe registrar o interesse inicial por Paulo Freire desde os tempos da Graduação em Jornalismo, da curiosidade em torno do impacto educacional da televisão nas camadas populares, do projeto sobre "a hegemonia e os meios de comunicação social; examinando a televisão no Brasil" e a chegada até o ponto que nos encontramos: **"As Redes do Poder: o exercício da hegemonia no processo de concessão de canais de televisão em 1981"**.

Foram muitas horas de debates em sala de aula com colegas e professores, horas de leitura e preparação de trabalhos, horas de exercício da minha profissão na área da comunicação social que tiveram como resultado a confirmação do que já intuíamos: o processo educativo se dá nas re

lações que os homens estabelecem entre si,

Deixamos assim a educação em seu sentido mais estrito do processo escolar (não importa aí se dentro ou fora da sala de aula, se com técnicas consideradas modernas ou antiquadas) e passamos a entender a educação em seu sentido mais lato, educação como formadora de consciências, formadora de indivíduos; procuramos ir um pouco além do exame do que temporariamente vamos chamar de aparelhos educacionais, que encontramos em nossa sociedade. Fixamos nossa atenção nos processos que levam ao estabelecimento desses aparelhos e que lhes dão feição.

Descobrimos durante o curso de Mestrado a força metodológica de Antonio Gramsci para atender a esse tipo de preocupação e interesse, pois para ele *"a relação pedagógica existe em todo conjunto da sociedade e em todo indivíduo com relação a outros indivíduos, entre intelectuais, elites e seguidores, etc. Toda relação de hegemonia é necessariamente uma relação pedagógica"*¹. Aqui abandonamos a expressão aparelhos educacionais e seguiremos com o termo aparelhos de hegemonia, que será definido no capítulo 1 desta dissertação, mas que utilizamos desde já para compatibilizar nossas primeiras explanações com as categorias metodológicas nas quais nos apoiaremos.

Pensamos que entre os aparelhos de hegemonia do mundo contemporâneo, ocupa a televisão posição de destaque. Especialmente em países como o Brasil que tem grandes parcelas de analfabetos compondo sua população, portanto impedidos de ler, ficando pois praticamente restritos a "ver"

e "ouvir" o mundo através da televisão ou do rádio.

Além disso, consideramos que nesta nossa era eletrônica a televisão é um elemento fundamental na formação dos indivíduos. As crianças não só são apresentadas ao mundo pela televisão, antes de chegarem à escola, como mesmo depois de escolarizadas, por vezes, passam mais tempo em frente à telinha do que na sala de aula.

A seguir apresentamos alguns números e exemplos que indicam a presença da televisão em relação à escola e de seu impacto relativo sobre os indivíduos.

Pesquisas realizadas nos Estados Unidos, mostram que uma criança chega à adolescência depois de ter assistido a 14 mil horas de televisão e cerca de 350 mil comerciais, enquanto, no mesmo período, não terá dedicado mais do que 11 mil horas aos estudos. Para o Brasil não há números precisos, mas é fácil imaginar que a diferença entre horas de aula/estudo e horas de televisão deve ser maior, pois a carga horária padrão do ensino brasileiro de 1º e 2º graus é menor que nos Estados Unidos. Pesquisas realizadas com crianças das primeiras séries escolares no Brasil indicam que frequentemente elas chegam a assistir a uma média de 4 a 6 horas de televisão por dia, número de horas superior ao tempo de duração das aulas. A TV torna-se, pois, *"uma espécie de escola paralela"*².

A expressão utilizada acima não é exagerada, se considerarmos que, segundo estimativa do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) para 1980, a população com menos de 20 anos é de 62.313.383, e que a rede es-

colar do país não é capaz de absorver toda essa demanda. Por outro lado, numa comparação relativamente grosseira, porém útil para demonstrar o vazio que a televisão preenche na organização cultural brasileira e na distribuição do conhecimento e da informação, em 1980, 55% dos domicílios brasileiros tinham um aparelho de TV³. Torna-se claro que muito mais da metade da população brasileira tem acesso aos programas da televisão, se considerarmos não só os proprietários dos aparelhos da televisão em si, mas também os "televizinhos" e as platêias das praças do interior que se reúnem para ver a programação noturna do que vai na telinha.

A televisão passa a ser, para muitos, mais do que a escola paralela e sim a única escola possível, se entendemos escola como transmissão de conhecimento e informação. Imagine-se que outra oportunidade tem alguém pouco escolarizado (para não falar dos milhões de analfabetos brasileiros) ou mesmo um jovem médio de nosso país de ser exposto diariamente a conceitos complexos da economia ou da política internacional, que não seja através dos noticiários das emissoras de TV?⁴

Nossa visão sobre a importância da televisão no mundo de hoje, especialmente em um país tão grande como o Brasil, com muitos analfabetos e uma produção de jornais, revistas e livros pequena para as proporções da população, não deve ser confundida, entretanto, com aquela visão que atribui à televisão super poderes, que quem a assiste adquire a maneira de ver o mundo da televisão.

Para ilustrar tal compreensão do papel da televi

são, citamos uma entrevista com o Professor José Teixeira Coelho Neto. Para ele, *"apesar da TV ser situacionista e propagar grandemente o partido do Governo, assistimos à vitória do MDB, no plano real"*. Também cita o exemplo da conversa com um motorista de táxi, quando o assunto do dia no rádio e na televisão era a violência policial, e o motorista lembrava que tinha visto na série "Kojak" o herói ler os direitos de um cidadão antes de prendê-lo: *"atê um filme fascistizante como Kojak pode questionar ou ter uma força subversiva"*⁵.

Na mesma entrevista, Teixeira Coelho dá um exemplo que serve para confirmar que a leitura do que se vê pode ser feita de maneira diferente por diferentes grupos. Um filme sobre erradicação da esquistossomose foi exibido para a tribo africana a que se destinava e nenhum dos espectadores conseguia repetir a história narrada. À pergunta sobre o que tinham visto no filme, todos respondiam "galinhas". Revendo o filme, os realizadores perceberam no segundo ou terceiro plano as galinhas, aves muito importantes para aquela tribo, levando Teixeira Coelho a concluir que *"não há condições de se controlar o uso da informação"*⁶.

Apresentamos a seguir breves estatísticas que nos dão a dimensão da abrangência da televisão em comparação com outros meios de comunicação.

Há no Brasil (dados relativos a 1986) 1978 jornais (400 títulos diários e 1578 quinzenais/semanais) e

1089 revistas, segundo o IVC (Instituto de Verificação de Circulação). A circulação total dos jornais (que não quer dizer jornais efetivamente comprados) aos domingos (dia de maior circulação) foi, naquele ano, de 2.893.873. E os jornais de maior circulação, não chegaram a ter cada um mais de 500 mil exemplares de circulação média aos domingos:

O Globo	486.546
Folha de S. Paulo	412.799
O Estado de S. Paulo	412.226
O Dia (RJ)	392.473
Jornal do Brasil	266.186

Entre as revistas de maior circulação no Brasil, em 1986, destacamos:

Veja	733.480
Manequim	372.476
Cláudia	346.444
Nova	346.277
Playboy	327.730 ⁷

Há no Brasil cerca de 25.700.000 (est. 1987) de aparelhos receptores de televisão, o que o torna o quarto país do mundo em número de receptores de TV, localizados em 17.400.000 domicílios (est. 1987), isto é, cerca de 56% dos lares brasileiros têm aparelhos de televisão, distribuídos regionalmente da seguinte maneira:

Norte	34% de domicílios da região
Nordeste	29% idem
Sudeste	76% idem
Sul	62% idem
Centro-Oeste	45% idem

Esses receptores de TV correspondem a uma audiência potencial de 80 milhões de espectadores. A programação que os brasileiros vêem é veiculada por 159 emissoras de televisão em funcionamento (dato referente a 1987), que se distribuem regionalmente assim:

Norte	14
Nordeste	38
Sudeste	43
Sul	43
Centro-Oeste	21

Essas emissoras se dividem em cinco redes de televisão comercial, o sistema educativo (não comercial) e algumas independentes. Todas juntas cobrem quase todo o território nacional, exceto seis pequenos bolsões no extremo norte e extremo oeste do Estado do Amazonas. Das redes comerciais brasileiras, a que tem maior cobertura geográfica é a Rede Globo de Televisão, seguida da Rede Bandeirantes, do Sistema Brasileiro de Televisão (Silvio Santos), da Rede Manchete e da Rede Record.

A participação das redes na audiência total do país era a seguinte em maio de 1987:

Globo	61%
SBT (Silvio Santos)	23%
Bandeirantes	7%
Manchete	3%
Outras	6%

Também em 1987, o tamanho de cada rede, o número de municípios cobertos por cada uma e o número de domicílios com TV que cada uma atingia era o seguinte:

Rede	Nº Emissoras por rede	Municípios cobertos	Domicílios com TV
Globo	58	4.092	19.646.100
SBT	44	1.911	14.763.400
Bandeirantes	32	3.020	13.524.000
Manchete	29	1.892	12.027.000
Record	03	018	8.470.000

(Note-se que a Record é quase que restrita ao Estado de São Paulo).

Se compararmos a televisão com outros veículos da indústria cultural⁸ (revista, rádio, jornal e cinema) veremos também que ela é o mais consumido por alguns dos principais segmentos da sociedade, conforme classificação realizada pelos profissionais da publicidade, que determinam faixas de consumo potencial⁹:

Públicos	tv	rad	jor	rev	cin
Ambos sexos	93	46	52	46	34
Homens AB	98	91	83	74	59
Mulheres AB	98	87	73	78	51
Ambos sexos 15/24	97	96	74	83	82
Homens	93	88	59	44	40
Homens 15/39	93	91	59	49	50
Mulheres	94	85	45	48	29
Mulheres 15/39	94	89	46	52	37
D. Casa	93	80	40	38	14
D. Casa AB	99	81	73	73	32
D. Casa CDE	91	80	31	28	9

Esses dados nos mostram que a audiência potencial da televisão (e mesmo a real nos diferentes horários e nas várias emissoras) suplanta em muito a audiência dos outros meios de comunicação (exceto talvez o rádio¹⁰). A

capacidade de penetração da televisão é pois enorme, não só pela cobertura geográfica quase total do país, mas também pelo fato de ter o país mais de 18 milhões de analfabetos (dado referente a 1980) que, não podendo ler, só sabem do mundo através do rádio ou da televisão, em especial desta que causa maior impacto sobre as pessoas, em comparação com o rádio. Apesar desta última afirmação não estar calcada em dados ou pesquisa, cabe citar o comentário (e certamente a maioria dos leitores alguma vez já deparou com ele) sempre presente quando se discute impacto da televisão; nas cidades, as pessoas perderam o hábito de sentar à porta de casa e conversar à noite, pois passaram a ficar dentro de casa vendo televisão. Comentário equivalente não é feito para para ilustrar o impacto do rádio, por exemplo.

A televisão será aqui examinada como um aparelho hegemônico de ampla capacidade de difusão, conforme nos indicaram os números acima apresentados. É portanto mediadora de uma relação pedagógica bastante abrangente. Foi essa importância da televisão como veículo de ampla atuação pedagógica, como formadora de opinião, como canal de difusão ideológica, que motivou nosso interesse em estudar o estabelecimento desse meio de comunicação de massa.

A televisão surgiu no Brasil em 1950, marcado o processo de concessões de canais nestes quase 40 anos por paternalismo e interesses políticos e econômicos. Até o início da década de sessenta a evolução da televisão no Brasil foi caracterizada pela fixação do novo meio de comunicação na sociedade e por avanços tecnológicos. A partir de

meados daquela década a interferência do Estado forte e onipotente que se abateu sobre nós também se fez notar na televisão, que "foi refletindo passivamente as circunstâncias da história do país; como não é possível imaginar neutralidade, seja no homem enquanto indivíduo, seja na máquina enquanto instrumento sob controle de uma ideologia, a televisão, tanto por omissão deliberada quanto por conivência culposa ou por conveniência política e econômica, manteve-se atrelada aos interesses do Estado e do jogo político dos detentores do poder"¹¹.

É essa grande proximidade, esse entrelaçamento entre grupos dominantes, Estado e televisão que no Brasil atinge dimensões próximas do paroxismo, se compararmos com outros países onde a sociedade tem seu próprio espaço para limitar esse envolvimento, que nos moveu a desenvolver este estudo. Nossa atenção vai estar centrada em um momento muito preciso da história da televisão no Brasil: o estabelecimento de novas redes comerciais em 1981.

Para realizar nossa investigação vamos tomar como guia metodológico categorias gramscianas relativas à hegemonia, aparelhos de hegemonia, ideologia, bloco histórico e Estado. Consideraremos como principal orientadora dos caminhos a seguir a afirmação de Antonio Gramsci relativa à multiplicação artificial dos aparelhos de hegemonia em momentos de crise de hegemonia, e aí centramos nossa indagação principal: o aumento do número de redes comerciais no Brasil, em 1981, promovido pelo Estado, foi artificial? Por que novas redes tiveram que ser criadas? Que necessidades

estavam essas novas redes atendendo? Havia as condições materiais para o estabelecimento de cinco redes de televisão no país? As novas redes mudaram a feição da comunicação televisiva no país?

Pensamos que para realizar nossa tarefa, além das categorias já citadas, teremos como pano de fundo norteador de toda nossa investigação os fundamentos do materialismo histórico — modo de produção e luta de classes. Contaremos ainda com as contribuições do pensamento de Francisco de Oliveira, Carlos Alberto Plastino e Octávio Ianni para a análise do desenvolvimento do capital no Brasil e de brasileiros contemporâneos que têm estudado a televisão no Brasil, como por exemplo Sergio Caparelli, Carlos Eduardo Lins da Silva e Maria Rita Kehl.

Além desta introdução e de uma conclusão, a dissertação terá outras quatro partes:

- Capítulo I - Exame das categorias metodológicas com as quais trabalharemos. Cumpre ressaltar que não pretendemos fazer uma exegese dos conceitos gramscianos por acreditar que tal exercício não demonstra, necessariamente, no caso do nosso objeto de estudo, a familiaridade com o processo científico. Cremos, isto sim, ao contrário, que tal capacidade ficará melhor demonstrada (uma das finalidades das dissertações de Mestrado) no processo de definição e escolha das categorias e de sua relevância para o objeto de estudo, como tentamos demonstrar.

- . Capítulo II - A segunda parte procura fazer um histórico do desenvolvimento do capitalismo no Brasil, da construção do bloco histórico, das relações estabelecidas entre as classes fundamentais e suas frações. Tal levantamento e esforço de análise terão sempre nosso objeto de estudo como guia, ficando assim limitados às necessidades de resposta às questões por nós formuladas.
- . Capítulo III - Estabelecendo uma relação com a parte anterior, apresentamos um histórico seletivo, isto é, só no que é relevante para nosso objeto de estudo, da televisão no Brasil, desde seu surgimento até 1981, ano da concessão das novas redes.
- . Capítulo IV - Estabelecidas nossas premissas metodológicas e fixado o quadro sócio-político-ideológico-econômico brasileiro, descrevemos como se deu o episódio das concessões de 1981. Nossa interpretação desses fatos e as respostas às indagações formuladas nesta introdução estão na conclusão do trabalho.

Desta dissertação constam ainda anexos com documentos, comentários e informações que complementam e atualizam alguns dos principais temas apresentados.

Finalmente, chamamos atenção para duas características desta dissertação. Especialmente nos capítulos III e IV, e na conclusão, fazemos amplo uso de material veiculado na imprensa. Em alguns casos, recorreremos a essa fonte pela falta de outro tipo de documentação, em outros, por opção, por acreditarmos que dessa forma estaríamos melhor

trabalhando nosso tema, pois assim demos voz a alguns dos atores dessas redes do poder.

A outra característica é o uso amplo que fizemos das notas e que, por isso, só aparecem ao fim de cada capítulo e não ao pé das páginas. Apesar de mais trabalhoso (ter que manusear várias páginas para localizar as notas), e por isso nos desculpamos, insistimos em sua leitura, pois são parte integral do texto, não se limitando, a maioria, a somente indicar a referência bibliográfica.

NOTAS DA INTRODUÇÃO

¹GRAMSCI, Antonio. *Concepção dialética da história*. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 1981, p. 37.

²GOMES, Pedro G. Notas sobre família, TV e crianças. In *Síntese, Nova Fase*, nº 24, vol. IX, jan/abr. 1982, pp.80 e 81.

³MERCADO Brasileiro de Comunicação, Presidência da República do Brasil, Secretaria de Imprensa e Divulgação. Brasília, p. 86.

⁴Em entrevista à revista "Extra-Realidade Brasileira" (Ano I, Dezembro de 1976, p. 45), o então chefe do Departamento de Análise e Pesquisa da Rede Globo de Televisão, Homero Icaza Sanchez, deu o seguinte depoimento:

"O Arthur da Távola contou numa crônica que o professor perguntou ao menino: Como é a Terra? Ele respondeu: É redonda, professor. O professor: como é que você sabe? E ele. Eu vi na televisão. Ele viu, imagine isso! A mim quando era criança me faziam desenhar um barquinho que ia se distanciando até desaparecer a chaminé na linha do horizonte. O menino de hoje viu e vê na televisão. Então a coisa é diferente e a imagem está completando a educação de muita gente no Brasil. Muita gente que aparece com primário e secundário, ou mesmo analfabeto, já não é mais. As tabelas de qualificações de grau de instrução estão todas erradas a partir da televisão. O cara pode ter quatro anos de curso primário, mas tem 10 de televisão! Então, quando o cara diz que esse é um país de analfabetos, ele é uma besta, analfabeto é ele meu amor. Um país com 26 anos de televisão não é mais um país de analfabetos, ainda que não saibam ler e escrever, pô!"

Em que pese o compromisso de Homero Icaza Sanchez com a televisão comercial e os "benefícios" do meio para a população, sua observação é pertinente e chama atenção para um aspecto muito importante do impacto da televisão nas várias camadas sociais da população brasileira e da televisão como instrumento pedagógico.

⁵Depoimento a Vera Artaxo. Assistente do Diabo, in *Folha de São Paulo* (Folha de São Paulo), São Paulo, 29 de setembro de 1980.

⁶Idem.

⁷É curioso notar que entre os 20 títulos de maior circulação no país, sete são de revistas infantis, das quais quatro são de "heróis" brasileiros (Cebolinha, Mônica, Chico Bento e Cascão) e três produzidas pela Walter Disney Productions (Tio Patinhas, Almanaque Disney e Pato Donald). Das sete, as de maior circulação são Mônica e Cebolinha, com 267.943 (excluído o 4º trimestre de 1986) e 210.159, respectivamente. É possível, pois, que a revis-

ta Mônica, não fosse a falta de dados para o 4º trimestre, até superasse a circulação da revista Playboy, que no ano inteiro (1986) circulou 327.730 exemplares.

⁸ *Indústria Cultural* - expressão usada pela primeira vez, tal como hoje é entendida, por Max Horkheimer e Theodor Adorno, da conhecida "Escola de Frankfurt", para designar a produção e a distribuição da cultura de massa. A indústria cultural, vista aqui de maneira muito resumida, surge com a sociedade industrializada no capitalismo liberal, porém ela se concretiza "apenas numa segunda fase dessa sociedade, a que pode ser descrita como a do capitalismo de organização (ou monopolista) ou, ainda, como sendo a sociedade dita de consumo", como mostra José Teixeira Coelho Neto em *O que é Indústria Cultural*. São Paulo, Brasiliense, 1980, p. 29.

⁹ Todos os dados referentes à televisão, rádio, jornais e revistas foram obtidos no Anuário Brasileiro de Mídia 1987-1988, São Paulo, Editora Meio & Mensagem. O dado referente ao índice de analfabetismo foi obtido no Anuário Estatístico do Brasil 1986, editado pela Fundação IBGE, Rio de Janeiro. A audiência das redes foi obtida junto ao Sistema Brasileiro de Televisão (SBT), no documento de circulação interna "Plano de Comunicação - TVSBT", Departamento de Marketing, julho de 1987. Os dados sobre o tamanho das redes, municípios cobertos e domicílios com TV são da revista Imprensa, ano I, nº 8, São Paulo, Feeling, abril 1988, p. 87.

É importante notar que os dados referentes ao número de estações de televisão existentes no Brasil sofre pequenas variações de acordo com a fonte e com a época. O próprio Anuário Brasileiro de Mídia, que deveria ser a fonte mais precisa e atualizada, tem discrepâncias numa mesma edição; na página 98 diz que há 159 emissoras em funcionamento, na página 95 diz que há 185 emissoras, em funcionamento, sendo 146 comercializáveis e 13 editais em aberto, totalizando 198 emissoras. E nas duas páginas a fonte é a mesma: DENTEL (Departamento Nacional de Telecomunicações) e as Emissoras. As estimativas quanto ao número de aparelhos de televisão e domicílios com TV no país também diferem. A revista *Veículos de comunicação* (Ano 2, nº 6, Rio de Janeiro, Distribuidora Ragazzi Ltda, indica que em 1987 havia 19,6 milhões de lares com TV e um total de 35 milhões de aparelhos de TV no país.

¹⁰ Há no Brasil 2.375 emissoras de rádio (1987) e 55.700.000 receptores em 23.700.000 de domicílios.

¹¹ MENDES, Osvaldo, 30 anos de TV. E não foi impunemente... In: *Folhetim* (Folha de São Paulo), São Paulo, 29 de setembro de 1980.

CAPÍTULO I

"... o que importa não é a verdade intrínseca das coisas, mas a maneira como elas vão ser contadas ao povo".

Calabar

Um dado problema ou questão que se pretende estudar não pode ser visto só em sua especificidade, isolado do resto das estruturas sociais onde se localiza. Há que se considerar suas particularidades, mas também o âmbito maior onde se insere para que possamos perceber a totalidade da problemática: suas determinações e reais dimensões.

Tomando algumas reflexões de Lucien Goldmann sobre o método de pesquisa científica, consideramos que "todo fato humano, individual ou social se apresenta efetivamente como um esforço global de adaptação de um sujeito a um mundo ambiente, o que equivale a dizer como um processo orientado para um estado de equilíbrio que permanece provisório na medida em que será modificado pela transformação do mundo ambiente devido simultaneamente à ação do sujeito no interior desse estado de equilíbrio e à extensão da esfera dessa ação. Nestas condições, toda a tentativa para separar um domínio particular desse processo de equilíbrio pode ser um procedimento útil para a compreensão e a investigação, com a condição de permanecer provisório e de ser corrigido ulteriormente pela inserção do objeto estudado nos principais conjuntos pertinentes de

que ele faz parte"¹.

Ou seja, podemos compreender um fenômeno ao tentar descrevê-lo, mas só realmente alcançaremos sua explicação ao compreendermos a estrutura maior que engloba o primeiro fenômeno. E é assim, indo do âmbito menor para o maior, buscando tornar significativo o objeto de estudo "de modo a que possamos estudá-lo como desestruturação de uma estrutura tradicional e como nascimento de uma estrutura nova"², que pretendemos examinar a ampliação do número de redes de TV no Brasil.

Com essa perspectiva, é que para estudar um aparelho hegemônico (no nosso caso a TV) através do qual a classe dominante veicula uma ideologia, que busca a coesão social e a manutenção de sua hegemonia, se faz necessário que nestas considerações metodológicas sejam discutidas as categorias com as quais trabalharemos para desenvolver tal estudo.

Será assim, partindo do teórico, é que daremos início à relação entre teoria e prática para construir nosso objeto e realizar nosso trabalho científico. "Fundado um sistema teórico, o pensamento científico desenvolvido dentro dele constrói o conhecimento a partir das categorias mais simples sobre as quais o sistema se articula"³.

O ponto de partida do método, como nos ensina Marx, é considerar que a produção dos indivíduos é socialmente determinada. De acordo com o estágio de desenvolvimento das forças produtivas, os homens entram em relação com outros homens e com a natureza, realizando assim a pro

dução social de sua existência. *"El modo de producción de la vida material condiciona el proceso de la vida social, política y espiritual em general"*⁴.

É com esse pano de fundo que realizamos o estudo proposto tanto no que diz respeito à temática escolhida como para a discussão teórica dos conceitos e categorias a serem utilizadas.

HEGEMONIA E APARELHOS DE HEGEMONIA

Três conceitos são fundamentais para a realização desta dissertação: hegemonia, bloco histórico e ideologia, conforme apresentados por Antonio Gramsci. Na realidade, alguns estudiosos da obra do filósofo italiano chamam esses três conceitos de "teoria da integração", pois na visão de Gramsci, os três elementos se entrelaçam de maneira a permitir uma compreensão mais ampla e total da rede de relações que forma o quadro político-econômico-social-ideológico que caracteriza uma dada conjuntura.

O conceito de hegemonia surge originalmente com Lenin que, ao procurar aplicar politicamente os princípios do materialismo histórico, indica que a luta de classes objetiva a obtenção do poder hegemônico. A doutrina leninista gira fundamentalmente em torno da tomada do poder pelo proletariado. Gramsci vai mais além, interpretando a hegemonia como sendo disputada no terreno de toda a sociedade civil e não apenas no plano político. (Ver mais adiante neste capítulo o exame e a definição de sociedade política e sociedade civil). Na concepção gramsciana, *"a hegemonia dá*

conta das relações travadas entre as classes sociais, especificamente fora do terreno da produção econômica. Permite trabalhar com os aspectos da direção cultural e política que envolvem as classes fundamentais da sociedade"⁵.

Miriam Limoeiro Cardoso considera também que "a novidade da concepção gramsciana de hegemonia é distinguir os dois modos pelos quais ela se manifesta: um, pelo domínio; outro, pela direção intelectual e moral: [...] o domínio supõe o acesso ao poder e o uso da força, compreendendo a função coercitiva; a direção intelectual e moral se faz através da persuasão, promove a adesão por meios ideológicos, constituindo a função propriamente hegemônica". Destacando esta segunda função da primeira, fica aberta a possibilidade de pensar a hegemonia também quanto às classes dominadas, desde que vinculada ao grupo social básico"⁶.

Gramsci dá dimensão verdadeiramente dialética ao processo hegemônico, que é feito através "de uma luta de hegemonias políticas de direções contrastantes, primeiro no campo da ética, depois no da política, atingindo finalmente, uma elaboração superior da própria concepção do real"⁷.

Antonio Gramsci, como vimos na abertura deste trabalho, considera que toda relação de hegemonia é uma relação pedagógica que é exercida não apenas entre as forças sociais no interior de uma nação, mas também em nível internacional. E foi tentando explicitar mais e mais sua visão de hegemonia que Gramsci assim se referiu sobre ela a seus companheiros, antes de sua prisão: "A doutrina le-

ninista da hegemonia do proletariado não se limita a indicar a relação de dominação do proletariado sobre a burguesia, mas determina também o sistema complexo de relações políticas que se estabelece entre o proletariado e as outras classes não capitalistas. Na concepção da ditadura do proletariado, uma forma concreta; um novo elemento aparece; não se trata apenas de uma relação de dominação, mas também de uma relação de aliança, de direção, de subordinação e não de opressão política"⁸.

Ao buscar a categoria hegemonia para trabalhar, conforme é resumidamente explicitada acima, visamos não perder de vista as relações entre as classes sociais. Tendo presente a concretitude de tais relações é que se pode começar a perceber, como afirma Gramsci, "que é graças à relação orgânica entre Estado e sociedade civil, graças ao fato da sociedade política poder representar efetivamente os interesses de uma classe é que esta será capaz de utilizar os instrumentos de hegemonia para cooptar os intelectuais e voltar-se para os outros grupos da sociedade em busca do consenso que a reconhecerá como a classe dirigente"⁹.

Essa direção intelectual e moral do bloco social será realizada através dos aparelhos de hegemonia, que têm como finalidade obter o consenso de modo a justificar a função coercitiva. "Esse sistema ideológico envolve o cidadão por todos os lados, integra-se desde a infância no universo escolar e mais tarde no da igreja, do exército, da justiça, da cultura, das diversões, e inclusive do sindicato, e assim até a morte, sem a menor trégua; essa prisão de mil

janelas simboliza o reino de uma hegemonia, cuja força reside menos na coerção que no fato de que suas grades são tanto mais eficazes, quanto menos visíveis se tornam"¹⁰.

Ou, no dizer do próprio Gramsci, os aparelhos de hegemonia procuram fazer com que "a força pareça apoiada no consenso da maioria, expresso pelos chamados órgãos de opinião pública - jornais e associações - os quais, por isso, em determinadas situações são artificialmente multiplicados"¹¹.

É justamente esta afirmação que pretendemos ter como paradigma na realização de nossa investigação, isto é, o aumento do número de redes de televisão no Brasil em 1981.

Os aparelhos de hegemonia compõem a estrutura ideológica de uma sociedade e através da veiculação de uma visão de mundo realizam o trabalho de coesão, de "cimento social". Assim, na difusão de uma ideologia, os aparelhos de hegemonia são diversificados e amplos o suficiente para atender tanto os grupos mais sofisticados da sociedade como também as camadas mais populares.

Para Gramsci, entre os principais aparelhos de hegemonia estão a Igreja, o sistema escolar e os meios de comunicação. Hughes Portelli, estudioso da obra de Gramsci, afirma que "essa estrutura ideológica difunde a ideologia por diversos meios de comunicação (material ideológico), cuja eficiência Gramsci compara: os meios audiovisuais (e aí incluímos o teatro, cinema, rádio, televisão, etc.) são um meio de difusão ideológica que possui rapidez, raio de ação e impacto emotivo muito mais vastos que a comunica

ção escrita (livros, jornais), mas superficialmente e não em profundidade'. Gramsci integra igualmente a esses canais de difusão da ideologia a arquitetura e até mesmo a disposição e o nome das ruas, dos quais sublinha a importância como material ideológico"¹².

É com essa compreensão da televisão — meio de comunicação que provoca a emoção, que é rápido, abrangente e difusor da ideologia dominante — que pretendemos estudá-la e assim a trataremos quando estivermos, mais à frente, realizando as articulações entre esse elemento da superestrutura e a estrutura.

BLOCO HISTÓRICO

Um dos pontos marcantes da contribuição de Gramsci para o pensamento contemporâneo do materialismo histórico é o conceito de bloco histórico, que está intimamente ligado, como já dissemos anteriormente, aos de hegemonia e de ideologia. Compreender a categoria bloco histórico é compreender a íntima relação que existe entre estrutura e superestrutura. E aí está um primeiro ponto que devemos notar com atenção: não se trata de distinguir as superestruturas e sim identificar a relação dinâmica e dialética que há entre elas, uma relação orgânica em que somente são relevantes aquelas superestruturas que sejam "*historicamente necessárias à estrutura, isto é, que a tornam homogênea, que a organizam*"¹³.

Um aspecto que consideramos dos mais relevantes

para a compreensão do que é o bloco histórico, e portanto aspecto de fundamental importância para a utilização da categoria como instrumento da análise social, é compreender que no bloco histórico "as forças materiais são o conteúdo e as ideologias são a forma — sendo que esta distinção entre forma e conteúdo é puramente didática, já que as forças materiais não seriam historicamente concebíveis sem forma e as ideologias seriam fantasias individuais sem as forças materiais"¹⁴.

Isto é, uma vez estabelecida a relação orgânica da estrutura com as ideologias e a política, os homens e mulheres, com seus diferentes graus de consciência, vão tomar conhecimento dos problemas da economia (conteúdo), isto é, da estrutura, no terreno das ideologias (forma), isto é, da superestrutura. Para tornar mais clara a explicação, valemo-nos mais uma vez de H. Portelli: "estabelecido seu vínculo com a estrutura, as ideologias e atividades políticas tornam-se assim o verdadeiro terreno onde os homens tomam consciência dos conflitos que se desenvolvem ao nível da estrutura, o que lhes confere um caráter 'estrutural' e confirma a noção de bloco histórico (...)"¹⁵.

É com essa visão da relação entre economia e ideologia que trabalharemos nosso objeto de estudo. "Se os homens tomam consciência do conflito das relações de produção ao nível da ideologia, deve existir", diz Gramsci, "uma relação necessária entre ela e a economia, entre a superestrutura e a infraestrutura"¹⁶. Acreditamos que para nosso trabalho, que lidará com um dos elementos das supe -

restruturas – a comunicação (ideologia) através da televisão – tal compreensão é de muita utilidade, pois através da discussão das decisões políticas quanto às redes de televisão estaremos penetrando em um terreno mais fértil para a compreensão de problemas da estrutura, que condicionaram a aquelas decisões políticas, num movimento constante e recíproco; *"reciprocidade que é precisamente o processo dialético real"*¹⁷.

É importante ressaltar que para Gramsci o que vai de fato fazer a ponte orgânica entre superestrutura e estrutura são os intelectuais. Para ele, os intelectuais são uma peça fundamental nesse grande quebra-cabeça. Os intelectuais compõem uma parcela social ligada à classe dominante, com a finalidade de manter o grupo social coeso. *"Os intelectuais formam uma camada social diferenciada [...] e encarregada de elaborar e gerir a superestrutura, que dará a essa classe homogeneidade e direção do bloco histórico"*¹⁸.

E para melhor esclarecer o papel do intelectual e sua função junto aos meios de comunicação social, nos valem de H. Portelli: *"É nesse sentido que Gramsci os (os intelectuais) qualifica de 'funcionários das superestruturas'". Os intelectuais são as células vivas da sociedade civil e da sociedade política: são eles que elaboram a ideologia da classe dominante, dando-lhe assim consciência de seu papel, e a transformam em 'concepção de mundo' que impregna todo o corpo social. No nível da difusão da ideologia, os intelectuais são os encarregados de animar e ge-*

rir a 'estrutura ideológica' da classe dominante no seio das organizações da sociedade civil (Igrejas, sistema escolar, sindicatos, partidos, etc.) e de seu material de difusão (mass media). Funcionários da sociedade civil, os intelectuais são igualmente os agentes da sociedade política, encarregados da gestão do aparelho de Estado e da força armada (homens políticos, funcionários, exército, etc.)"¹⁹.

Nesta era eletrônica em que vivemos, da indústria cultural, são os meios de comunicação de massa que possibilitam que as idéias cheguem a um número muito grande de pessoas e é a televisão (ou o rádio e o jornal) que conferem credibilidade a um dado fato: quantas vezes não ouvimos, principalmente entre pessoas de menor capacidade crítica que tal fato ou tal situação é verdade porque "deu na televisão"? Pois bem, aí está o espaço dos intelectuais em nosso trabalho, pois que é promordialmente através da televisão e de outros meios de comunicação que veiculam uma concepção de mundo, uma ideologia, que os intelectuais exercem seu papel de "comissários do grupo dominante para o exercício das funções subalternas da hegemonia social e do governo político, isto é, do consenso 'espontâneo' dado pelas grandes massas da população à orientação impressa pelo grupo fundamental dominante à vida social (...)"²⁰.

IDEOLOGIA

A hegemonia de uma classe fundamental dentro de um bloco histórico é mantida através do domínio e da dire-

ção dos grupos subalternos e dos grupos aliados, O caráter de direção da sociedade é mantido pela difusão da ideologia da classe dirigente, isto é, "os pensamentos da classe dominante são também, em todas as épocas, os pensamentos dominantes, ou seja a classe que tem o poder material dominante numa dada sociedade é também a potência dominante espiritual"²¹.

São Marx e Engels que nos mostram de maneira clara e inequívoca o papel da ideologia em uma sociedade: "Consideramos por exemplo um país e um tempo em que o poder real, a aristocracia e a burguesia disputam o poder e onde este é portanto partilhado: vemos que o pensamento dominante é a doutrina da divisão dos poderes, por isso enunciada como "lei eterna"²². Outros exemplos podem ser utilizados para nos demonstrarem como a "filosofia" da classe dirigente é a base do pensamento de toda a sociedade: na época do absolutismo, o poder era "divino", isto é, o poder se perpetuava numa mesma família ou famílias, mas todas da mesma classe social e todos os escalões subalternos da sociedade da época pautavam seu comportamento e visão de mundo por essa mesma "lei divina"; mais recentemente e muito mais próximo a nós, vivemos o período do regime militar (que será visto mais detalhadamente à frente) em que as classes dominantes necessitaram se valer de instrumentos de coerção para preservar sua hegemonia. Esse movimento chegou a tal extremo que em nome da "estabilidade" das instituições e "progresso" do país foi criada uma lei de segurança nacional, refletindo uma ideologia de segurança

nacional, que se fazia presente de maneira mais ou menos explícita, exercendo mais ou menos repressão em todos os grupos da sociedade, orientando inclusive a produção material e cultural do período.

A concepção de mundo da classe dirigente deve permear toda a sociedade para que possa ser reconhecida como classe dirigente, mas tal concepção não é homogênea em todos os níveis: *"a ideologia difundida nas camadas sociais dirigentes é, evidentemente, mais elaborada que seus fragmentos encontrados na cultura popular"*²³. Gramsci chega a estabelecer graus de qualidade para as manifestações da ideologia dominante: filosofia (no nível mais alto de direção), senso comum e religião (os níveis intermediários) e folclore (o nível mais baixo, que corresponde à visão de mundo de sagregada e pouco crítica das crenças e superstições).

Para Gramsci, a ideologia é *"o significado mais alto de uma concepção do mundo, que se manifesta implicitamente na arte, no direito, na atividade econômica, em todas as manifestações da vida individuais e coletivas"*²⁴. E entre as concepções do mundo, ou ideologias, só valem aquelas que estejam relacionadas a uma classe fundamental, ou o que Gramsci chama de *"ideologia orgânica"*. À medida que a classe fundamental vai se tornando a classe hegemônica, essa ideologia vai se propagando por todos os setores da sociedade (do econômico às várias superestruturas) e vai formando intelectuais com aquela visão de mundo para os vários setores. *"Os diferentes ramos da ideologia, qualquer que seja sua aparente independência, constituem as diversas partes*

de um mesmo todo; a concepção de mundo da classe fundamental"²⁵.

É esta compreensão de ideologia, tão abrangente, que a torna tão importante, até mesmo essencial, quando se trabalha com a categoria bloco histórico.

É em torno da difusão da ideologia dominante que se organiza a sociedade civil. A maneira como ela se organiza para difundir a ideologia é chamada por Gramsci de estrutura ideológica da classe dirigente. "Gramsci reúne na estrutura ideológica não somente as organizações, cuja função é difundir a ideologia, mas também todos os meios de comunicação social, e todos os instrumentos que permitam influenciar a opinião pública"²⁶. É ele quem propõe que se estude concretamente a organização cultural, que movimenta o mundo ideológico, e se examine seu funcionamento prático.

Para Gramsci, a escola e a Igreja são as "duas maiores organizações culturais em todos os países graças ao número de pessoal que utilizam"²⁷. E entre os vários elementos da estrutura ideológica assumem papel de relevância essencial a "imprensa e a edição, assim como a organização escolar, pois são as únicas a abranger totalmente o domínio da ideologia (livros e revistas científicas, políticas, literárias...) e seus degraus (livros e diários para a elite, para vulgarização popular...)"²⁸. A esse grupo, agregamos também como instrumento essencial de difusão ideológica a televisão, pois que também se caracteriza, até de maneira mais marcante, por abranger "totalmente o do

mínio da ideologia".

ESTADO - SOCIEDADE CIVIL - SOCIEDADE POLÍTICA

O tripé fundamental do pensamento gramsciano para a análise sócio-econômico-político-ideológico (hegemonia-ideologia-bloco histórico) tem como condição necessária para sua compreensão, para a captação do movimento dialético entre superestrutura e estrutura, a definição do próprio Gramsci para a sociedade civil, sociedade política e Estado.

Ao pensar tais conceitos, Gramsci definiu inicialmente que: *"pode-se fixar dois grandes planos superestruturais: o que pode ser chamado de "sociedade civil" (isto é, o conjunto de organismos chamados comumente de "privados") e o da "sociedade política ou Estado", que correspondem à função de "hegemonia" que o grupo dominante exerce em toda a sociedade e àquela de "domínio direto" ou de comando, que se expressa no Estado e no governo 'jurídico'²⁹.*

Ao abraçar a definição de Gramsci para sociedade civil e sociedade política, estamos, acompanhando a ampliação que a visão gramsciana faz da concepção marxista clássica de Estado. Para Marx e Engels, o Estado é resultado da sociedade de classes e visa manter o domínio da classe dominante, a que detém os meios de produção. E como produto de uma sociedade de contradições, o Estado reproduz essa condição, sendo, de fato, *"a confissão de que essa sociedade se enredou numa irremediável contradição com ela própria e está dividida por antagonismos irreconciliáveis*

que não consegue conjurar. (...) faz-se necessário um poder colocado aparentemente por cima da sociedade, chamado a amortecer o choque e a mantê-lo dentro dos limites da 'ordem'. Este poder, nascido da sociedade, mas posto acima dela se distanciando cada vez mais, é o Estado"³⁰.

Gramsci toma como base sua formulação do conceito de Estado os princípios marxistas de modo de produção e luta de classes e define sociedade política como aquela mais ligada às atividades de coerção, de dominação; e sociedade civil como o espaço das atividades relacionadas com a direção, através da difusão das ideologias, espaço, portanto, de construção da hegemonia. Pensamos que a idéia de sociedade civil como espaço de construção de uma hegemonia é melhor indicadora do dinamismo da sociedade – no encontro e desencontro das forças sociais – e responde melhor à sofisticação e ampliação dos diversos aparelhos privados que integram a comunidade dos homens e mulheres organizados em grupos sociais modernos.

Na realidade, na visão gramsciana, a divisão entre sociedade civil e política atende a fins mais metodológicos do que propriamente reflete a realidade, pois que a classe dominante, no exercício de sua hegemonia, utiliza-se dos recursos de uma e de outra, combinando-os de forma a exercer da maneira mais eficiente e "natural" a direção e a dominação dos grupos aliados e subalternos. "Não existe realmente, entre a sociedade civil e política, entre o consenso e a força, uma separação orgânica. Um e outro co-laboram estreitamente"³¹.

É nessa visão ampliada de Estado, nessa visão de organicidade entre sociedade civil e sociedade política que pensamos estar as bases para a compreensão do entrelaçamento que existe entre as concepções de hegemonia, ideologia e bloco histórico. Quem melhor nos esclarece essa questão é o próprio Gramsci ao afirmar que há "*certas determinações do conceito de Estado, que geralmente é entendido como sociedade política (ou ditadura, ou aparelho coercitivo, para configurar a marca popular, segundo o tipo de produção e da economia de um dado momento); e não como um equilíbrio da sociedade política com a sociedade civil (de hegemonia de um grupo social sobre a inteira sociedade nacional, exercida através das organizações que são consideradas provadas, como a igreja, os sindicatos, as escolas, etc.)*"³².

Segundo essa mesma linha de percepção da questão sociedade civil-sociedade política-Estado, Gramsci chama atenção para a confusa identificação que frequentemente se estabelece entre Estado e governo, que, para ele, "*não passa de uma representação da forma corporativa-econômica, isto é, da confusão entre sociedade civil e sociedade política, pois deve-se notar que na noção geral de Estado entram elementos que também são comuns à noção de sociedade civil (neste sentido, poder-se-ia dizer que Estado = sociedade política + sociedade civil, isto é, hegemonia revestida de coerção)*"³³.

Aí está, a nosso ver, a grande contribuição gramsciana - distinguir dentro do Estado os dois momentos distintos da coesão e da coerção, mas ressaltando que ambos

estão dialeticamente comprometidos e é nesse movimento que se constrói a hegemonia da classe dirigente.

Para os fins de nosso estudo, convém ainda levantar nesta parte de discussão metodológica, a relação que existe entre as duas sociedades (civil e política) vis-à-vis os meios de comunicação de massa. Sobre isso, é interessante uma citação de Gramsci, do texto *Passado e presente*: "O Estado, quando quer dar início a uma ação pouco popular, cria previamente a opinião pública adequada, isto é, organiza e centraliza certos elementos da sociedade civil. História da 'opinião pública': naturalmente, os elementos de opinião pública sempre existiram, mesmo nas satrapias asiáticas. Mas a opinião pública, tal como a entendemos hoje, surgiu às vésperas da queda do Estado absoluto, isto é, no período de luta da nova classe burguesa por hegemonia política e conquista do poder. A opinião pública é o conteúdo político da vontade política pública, que poderia ser discordante. Essa é a razão pela qual existe a luta pelo monopólio dos órgãos de opinião pública: jornais, partidos, parlamento, de modo a que uma única força modele a opinião e desse modo a vontade política nacional, dispersando os desacordos numa poeira individual e desorganizada"³⁴.

Neste ponto, não resistimos à tentação de divagar um pouco, o que também serve como descanso para os leitores, e comparar a afirmação de Gramsci, nesse mesmo contexto, sobre as campanhas eleitorais, com a situação que este país viveu com o advento do Plano Cruzado-eleições 86

-fracasso do Plano Cruzado: "a classe dominante deve ter a 'predominância ideológica (ou melhor emotiva) em um determinado dia, para obter uma maioria que dominará por três, quatro ou mesmo cinco anos, se, passada a emoção, a massa eleitoral separar-se de sua expressão legal (país legal não equivalente ao país real)"³⁵.

Ao concluir esta apresentação dos princípios metodológicos que nortearam nosso estudo, é importante ainda ressaltar que a compreensão de sociedade civil de sociedade política e do Estado, tal como a temos e foi discutido acima, deverá possibilitar identificar os momentos de nossa história, relevantes para nosso trabalho, de crises orgânicas, crises no bloco histórico em que a classe dominante, já não detendo mais a direção ideológica, teve que se valer da coerção para se manter por meio da força.

Pensamos que assim, tendo apresentado as categorias que serão o suporte metodológico desta dissertação, podemos começar a discutir as "determinações e reais dimensões" da ampliação do número de redes de televisão no Brasil vis-a-vis a afirmação de Gramsci quanto à hegemonia e meios de comunicação: "O exercício 'normal' da hegemonia, (...) caracteriza-se pela combinação da força e do consenso, que se equilibram variadamente, sem que a força suplante muito o consenso, ou melhor, procurando obter que a força pareça apoiada no consenso da maioria expresso pelos chamados órgãos de opinião pública — jornais e associações — os quais, por isso, em determinadas situações, são artificialmente multiplicados"³⁶.

NOTAS DO CAPÍTULO I

- ¹GOLDMAN, Lucien. *A criação cultural na sociedade moderna*. Lisboa, Portugal, Editorial Presença, 1972, p. 16.
- ²_____. op. cit., p. 22.
- ³CARDOSO, Miriam L. *Ideologia do desenvolvimento - Brasil: JK-JQ*. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1978, p. 37.
- ⁴MARX, Karl. "Prologo de la contribución a la critica de la economia politica". In: *Obras Escogidas*. Tomo I, Madrid, Espanha, Editorial Ayusso, p. 348, s.d.
- ⁵CARDOSO, Miriam L. op. cit., p. 72.
- ⁶Idem, p. 75.
- ⁷GRAMSCI, Antonio, op. cit., p. 21.
- ⁸"L'Unita" de 1 de setembro de 1925. In: Trabalho de grupo, do qual fazia parte o autor, realizado no 1º semestre de 1983. Disciplina: Metodologia da Pesquisa em Ciências Humanas e Sociais. Professor: Elter Dias Maciel, p. 3.
- ⁹Trabalho de grupo. op. cit. p. 4.
- ¹⁰MACCHIOCHI, Maria Antonieta. *A favor de Gramsci*. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1980, p. 151.
- ¹¹GRAMSCI, Antonio. *Maquiavel, a política e o estado moderno*. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 1980, p. 116. (grifo nosso).
- ¹²PORTELLI, Hughes. *Gramsci e o bloco histórico*. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1977, p. 28.
- ¹³Idem, p. 59.
- ¹⁴GRAMSCI, Antonio. *Concepção dialética da história*, op. cit. p. 63.
- ¹⁵PORTELLI, Hughes, op. cit., p. 49.
- ¹⁶CARDOSO, Miriam L. op. cit., p. 75.
- ¹⁷GRAMSCI, Antonio. *Concepção dialética da história*, op. cit., p. 53.
- ¹⁸PORTELLI, Hughes, op. cit., p. 84.
- ¹⁹Idem, p. 87.
- ²⁰GRAMSCI, Antonio. *Os intelectuais e a organização da cultura*. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 1982, p. 11.

²¹ENGELS, F. & MARK, K. *A ideologia alemã*. Lisboa, Presen -
ça, 1980, p. 55.

²²Idem, p. 356.

²³PORTELLI, H. op. cit., p. 24.

²⁴GRAMSCI, Antonio. *Concepção dialética da história*, op.cit.,
p. 16.

²⁵PORTELLI, H., op. cit., p. 23.

Ainda sobre isso, cabe notar que a burguesia ao marcar sua consolidação como classe cunhou a expressão "liberdade, fraternidade, igualdade". Essa marca que serviu para uma situação histórica precisa atravessou o tempo e o espaço. No passado recente, grupos e movimentos que contestam a hegemonia burguesa, usam como palavras de ordem exatamente expressões que clamam por liberdade, igualdade e fraternidade, isto é, protestam contra a burguesia, o capitalismo liberal e sua ideologia, em seu próprio nome. Se por um lado tal constatação sugere que poderia estar havendo uma crise na ideologia hegemônica, por outro, indica que a visão de mundo da classe dominante atravessou todos os grupos da sociedade, tendo a ideologia de fato atuado como "cimento social". Acreditamos que esta reflexão, junta - mente com outros exemplos já citados, demonstra a grande contribuição dos conceitos gramscianos quando se pretende fazer uma análise que busque compreender as estruturas de poder.

²⁶Idem, p. 27.

²⁷GRAMSCI, A. *Concepção dialética da história*, op. cit., p. 29.

²⁸PORTELLI, H., op. cit., p. 27.

²⁹GRAMSCI, A. *Os intelectuais e a organização da cultura*, op. cit., p. 10.

³⁰ENGELS, F. "A origem da família, da propriedade privada e do Estado". In: *Obras escolhidas*. Volume 3. São Paulo, Editora Alfa-Omega, sem indicação de ano de publicação, pp. 135 e 136.

³¹PORTELLI, H., op. cit., p. 27.

³²GRAMSCI, A. "Carta a Tatiana Schucht". In: RUMMERT, Sonia. *Os meios de comunicação como aparelhos de hegemonia*. Dissertação de Mestrado. Rio de Janeiro, FGV/IESAE, 1986, p. 45.

³³———. *Maquiavel, a política e o estado moderno*. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 1980, p. 149.

³⁴PORTELLI, H., op. cit., p. 33.

³⁵Idem, p. 33.

³⁶GRAMSCI, A. *Maquiavel, a política e o estado moderno*, op.cit., p. 116.

CAPÍTULO II

"Toda ciência seria supérflua, se a aparência exterior e a essência das coisas coincidissem diretamente".

Karl Marx

Cumpre ao iniciar este capítulo, chamar atenção para a dificuldade em traçar o caminho da passagem entre economia, política e Estado, para descrever o bloco histórico em que se insere nosso objeto de estudo. Pensamos, entretanto, que as ferramentas metodológicas de que dispomos nos serão de grande utilidade em tal tarefa. O risco de incorrermos, mesmo assim, em simplismos e mecanicismos é grande — como diz Francisco de Oliveira na introdução de seu livro *O Elo Perdido*: "a utilização do método marxista em qualquer dos vastos domínios das ciências sociais é plena de riscos; os principais não são os riscos da vulgata, mas o de não alcançar-se a saturação histórica do concreto, isto é, de não saber apanhar a multiplicidade de determinações que fazem o concreto. (...) o segundo risco é o de uma aplicação mecanicista no propósito de tornar transparente o que não é, pela utilização ideológica do discurso político, ou por tomar-se o marxismo como uma técnica de 'modelos', o que é completamente contrário à identidade do método e à sua exigência rigorosa do estudo das situações concretas"².

Para as necessidades deste trabalho, cremos não se fazer necessário o estudo da formação do capitalismo no Brasil desde seu princípio, mas sim um levantamento a partir dos anos 50, quando passamos de uma economia agrária

para uma industrial. É necessário que nos detenhamos um pouco nessa transformação da economia brasileira para que possamos desenvolver, nos capítulos III e IV, considerando suas de terminações e implicações, nosso principal objeto de estudo.

Pretendemos fazer tal levantamento nos beneficiando tanto da visão cepalina, que examina a estrutura das sociedades latino-americanas a partir da relação centro-periferia, como também da perspectiva de análise que enfatiza as relações internas dos países para explicar a evolução e conômica, social e política do país. O entrelaçamento des sas duas visões pode se dar se as considerarmos como "inte gradas a uma categoria mais ampla que coloca o processo de acumulação de capital como o elemento central da evolução das formações sociais capitalistas"². Para Carlos Alberto Plastino, nas formações sociais capitalistas, "o conflito constitui-se num elemento essencial. Conflitos entre o ca pital e o trabalho pela distribuição do produto social, con flitos entre os diferentes capitais pela conquista e expan são dos mercados. [...] o estudo histórico é consequentemente uma condição indispensável à compreensão dos proces sos de desenvolvimento"³.

INDUSTRIALIZAÇÃO

Depois do processo de substituição de importa -
ções, iniciado nos anos 30, e das mudanças na organiza -
ção do Estado brasileiro, na década de 40 e início dos a -
nos 50, que se torna mais planejador (por exemplo, em 1946

foi criado o Conselho Nacional de Economia, em 1951 foi anunciado o Plano Nacional de Reparelhamento Econômico, ou Plano Laufer, e entre 1952 e 1954 foram criados o BNDE, a CACEX, a Petrobrás e a Eletrobrás), é nos anos 50, especialmente na segunda metade, que a economia assume o caráter primordial - mente industrial e se internacionaliza.

Essa industrialização periférica e tardia é identificada pela "queima de etapas" e pelas características muito específicas que o processo de acumulação assume. Na industrialização capitalista tradicional, a indústria foi se formando a partir de processos artesanais, que foram sendo gradualmente substituídos por formas mais sofisticadas de tecnologia de acordo com o avanço do capital, da mão-de-obra e do mercado de consumo.

Na industrialização periférica e tardia, a indústria assume técnicas e tecnologia dos países avançados, em desacordo com o estágio de adiantamento das forças produtivas dos países periféricos, forçando o desemprego e pressionando os salários para baixo. Bens sofisticados são produzidos enquanto a população ainda carece de bens essenciais. O Estado também desempenha um papel importante na formação da infra-estrutura e de setores básicos da indústria. A economia vai se oligopolizando muito cedo; note-se sobre isso, a comparação de Duarte Pereira: "nos Estados Unidos, em 1910, havia 181 companhias montadoras de automóveis. Em 1923, existiam ainda 108. Em 1927 restavam 44. E só em 1954, após décadas de competição acirrada, é que foram reduzidas a seis grandes montadoras. No Brasil, a indústria automobilística

*jã surgiu completamente monopolizada por cinco a seis grandes montadoras multinacionais"*⁴.

Talvez o marco mais significativo do processo de industrialização brasileiro seja o Plano de Metas, anunciado em 1956, e que pretendia realizar "cinquenta anos em cinco". Esse programa, "visava transformar a estrutura econômica do país, pela criação da indústria de base e a reformulação das condições reais de interdependência com o capitalismo mundial"⁵.

Inicialmente devemos localizar o Plano de Metas em seu contexto internacional. Saía o mundo da Segunda Guerra Mundial e a nova divisão internacional do trabalho, com a recuperação da Europa e a liberação de recursos do Plano Marshall⁶, definia uma nova relação entre as economias centrais e as dependentes: "agora a industrialização das economias dependentes entrava na divisão internacional do trabalho do mundo capitalista como uma nova forma de expansão desse sistema, elevando-se do antigo patamar de produtores de matérias-primas versus produtores de manufaturas, para produtores de manufaturas de consumo versus produtores de manufaturas de bens de produção"⁷.

O Plano de Metas teria sido "uma expressão das tendências do subsistema econômico brasileiro, em combinação com as tendências do sistema capitalista mundial, sob a hegemonia dos Estados Unidos"⁸. Cabe ressaltar, entretanto, que tal Programa também "lançou um vasto plano de investimentos públicos" e adotou uma generosa política de créditos para incentivar a indústria local privada"⁹.

Compreender a natureza do programa de Metas é compreender as bases da evolução do capitalismo oligopolista internacionalizado no Brasil. O Programa marca o modelo de desenvolvimento do país: "o que ocorreu na transição do Governo Vargas para o Governo Kubitscheck foi uma mudança essencial na ideologia do desenvolvimento [...] passou-se das formulações e decisões que se orientavam no sentido de criar um sistema econômico do tipo nacional para as formulações de decisões que se orientavam no sentido de desenvolver um sistema capitalista de tipo associado. [...] Em termos sintéticos, (para Vargas) a industrialização seria o caminho mais curto para a criação de um capitalismo nacional. No pensamento representado por Kubitscheck, por outro lado, [...] a industrialização somente seria possível no contexto da interdependência e da associação"¹⁰.

Apesar da afirmação acima, a nosso ver simplificar a oposição dos dois períodos de governo (note-se, por exemplo, as hesitações de Vargas quanto à relação com o capital estrangeiro e a complicada relação de Kubitscheck com o FMI), ela nos é de utilidade para mostrar com clareza que o caminho escolhido por JK veio a definir o percurso do capitalismo no Brasil, marcando, assim, o processo de desenvolvimento do país.

Contrariando a tendência de fortalecimento do setor de produção de bens de capital, que se iniciava no Governo Vargas, o Programa de Metas, de Kubitscheck, reverteu essa orientação e privilegiou a expansão do setor de produção de bens de consumo duráveis e básicos, ocasionado uma

forte dependência da economia nacional, tanto em investimentos estrangeiros para financiar a implantação e expansão desse setor, como para a produção de bens de capital, que estava nas mãos do capital transnacional.

As mudanças que ocorreram na base econômica do país ao longo dos anos 50 começaram a mudar a feição do Brasil. Documento oficial de 1958 registrava que: "*já existem hoje, no Brasil, em funcionamento ou em processo de instalação, 16 fábricas de automóveis e cerca de 1.200 fábricas de autopeças*"¹¹. Um quadro comparativo do desempenho dos setores agrícola, comercial, industrial e de transportes, entre 1939 e 1960, revela também o novo perfil que se começava a desenhar para o país.

Índice do produto real de alguns setores - 1939-1960

(Números índices - 1939 = 100)

Anos	Agricultura	Indústria	Comércio	Transporte	Total
1939	100	100	100	100	100
1940	95	105	95	107	100
1941	100	116	101	115	105
1942	94	112	92	112	102
1943	98	125	98	116	104
1944	99	130	104	124	110
1945	98	137	107	126	117
1946	107	160	121	128	129
1947	108	167	135	136	129
1948	114	183	137	154	147
1949	120	194	131	165	154
1950	124	217	143	175	161
1951	125	241	163	190	172
1952	134	257	157	206	179
1953	135	268	160	227	186
1954	147	291	181	245	199
1955	155	306	183	252	207
1956	153	346	194	263	217
1957	168	386	213	274	238
1958	170	456	237	297	255
1959	181	505	235	304	268
1960	183	552	237	310	279

Fonte dos Dados Originais - Relatório da Comissão Mista Brasil-Estados Unidos para o período 1939-46 e Instituto Brasileiro de Economia da Fundação Getúlio Vargas para 1947-60.

Cf. Conselho Nacional de Economia. Exposição Geral da situação econômica do Brasil: 1960. Serviço Gráfico do IBGE. Rio de Janeiro, 1961, p. 121(12).

O PAPEL DO ESTADO E DO CAPITAL INTERNACIONAL

O maior índice de crescimento dos outros setores da economia em detrimento da agricultura representou uma grande expansão do capital privado; especialmente da burguesia industrial internacionalizada, mas também significou um grande avanço das empresas estatais.

Na análise de Anibal Villela, no período 1956 - 60, *"a taxa de evolução da renda gerada por essas empresas (as governamentais) é sensivelmente maior do que a da economia nacional. A participação da renda gerada pelas empresas do governo federal na renda dos setores indústria, bancos e transportes tem sido crescente, passando de 7,5% em 1956 a 9,9% em 1959"*¹³.

O aumento da presença do capital estrangeiro na economia brasileira foi crescente. *"Em estudo publicado em 1961, constatava-se que 48,5% das 'empresas bilionárias' existentes no país eram controladas por estrangeiros"*. Quatro anos depois, em 1965, outro estudo revelava que *"52,7% dos 'grupos multibilionários' eram estrangeiros"*¹⁴.

O processo de industrialização e internacionalização da economia traz, portanto, duas novas forças; novas em qualidade, isto é, atores já conhecidos, porém com nova roupagem, representando novos papéis: o Estado e o capital estrangeiro. Ambos assumem nova qualidade tanto na economia como no processo político. O capital internacional, que atuava primordialmente no setor serviço e comercial exportador, passa a trazer para a produção o dinamismo do trabalho vivo (máquinas, equipamentos, novas tecnologias), isto

é, aumenta a produtividade e a própria acumulação capitalista na economia brasileira.

O Estado deixa de ser o resultado das disputas entre as oligarquias agrárias e passa não só a atuar na produção (desempenhando tarefas que o capital nacional não consegue realizar e que o capital estrangeiro não pode fazer por razões de segurança nacional) como também, *"através de uma socialização das perdas, [realiza] certas tarefas da acumulação que a contradição burguesia nacional versus imperialismo tornava incapaz de fazer nascer, consolidar e aprofundar na economia brasileira"*¹⁵. O Estado preserva seu papel de mediador entre os vários agentes sociais, mas passa a ser ele também produtor de bens e de serviços.

A economia passou a ser calçada em um tripé básico: burguesia nacional, Estado e capital internacional. O controle hegemônico da sociedade brasileira passa ser exercido por essa tríade, que, entretanto, não é uniforme em seus interesses, nem inter, nem intra partes. As classes subordinadas e subalternas do tripé, com perfis que também vão se definindo cada vez mais, passam a demandar canais de expressão política.

RUPTURA NA SUPERESTRUTURA

Na visão de Francisco de Oliveira, sob o ponto de vista político, o Estado deixou de atender à crescente diversificação social do país (com a urbanização surgem o proletariado e novas camadas médias) e às demandas desses novos gru

pos, atuando como se ainda tivesse o país uma economia menos sofisticada, de base agrária. O Estado pretendia atuar como se a estrutura social do país ainda fosse indiferenciada, evidentemente não correspondendo mais à nova realidade. É essa incapacidade do regime político de dar direção aos múltiplos interesses da sociedade, resultado da nova divisão social do trabalho, que vai, "de certa forma (...) preparar o impasse político que vai ser peculiar, característico dos anos sessenta"¹⁶.

Esse impasse já vinha se manifestando desde fins dos anos 40, quando começaram a ser minadas as bases da "aliança populista", formada durante o período de "substituição fácil das importações", pelo capital industrial local, as camadas médias e o proletariado urbano¹⁷.

A partir dos fins da década de 40, com a acentuação da deterioração dessa aliança e os problemas na economia do país, "setores cada vez mais importantes da burguesia local insistiam em que fossem abandonados os postulados 'nacionalistas', segundo eles 'excessivamente rígidos', e exigiam maiores facilidades para o capital estrangeiro"¹⁸. Por outro lado, outros setores, entre os quais o próprio Getúlio Vargas, insistiam que investimentos estrangeiros promoviam a evasão de divisas através da remessa de lucros. O governo Vargas fica imobilizado: é incapaz de aplicar uma política recessiva e também não consegue empreender mudanças estruturais.

A dissolução do pacto populista "não se produziria de modo abrupto, mas levaria quase uma década após o

suicídio de Vargas para se manifestar abertamente"¹⁹. E aí observamos que ao processo de internacionalização e industrialização do país nos anos 50, para muitos um momento de ruptura na base econômica (estrutural), não correspondeu uma mecânica modificação no regime político (super-estrutural), que só ocorrerá em 1964. Em outros termos: o jogo estava feito, as cartas fora dadas (ruptura na base econômica), mas o resultado só seria conhecido depois que os jogadores (ou os atores sociais, para usar outras palavras), utilizando os recursos disponíveis e aplicando as pressões possíveis, realizassem o movimento final (que na verdade é sempre provisório, pois a realidade é sempre cambiante, ou, como mostramos na introdução desta dissertação: *"um processo orientado para um estado de equilíbrio que permanece provisório na medida em que será modificado pela transformação do mundo ambiente..."*). A partir de um leque de possibilidades dado pela estrutura é que se dá a luta de classes, no nível das super-estruturas, e, do resultado desse movimento, é que se terá *"a opção e a solução política que terminarão por ser implantadas"*²⁰.

Com o intuito de relacionar mais claramente o capítulo I, onde tratamos de metodologia e categorias, com esta parte da dissertação, onde tentamos apresentar uma síntese do movimento político-econômico-social do país dos anos 50 até 1981, isto é, da infra e super estruturas, é útil e didático que neste ponto observemos o que ocorreu em 1964, marco na história recente do país.

O conjunto de medidas do programa de Metas possibilitou a redução temporária das graves tensões sociais que vinham se acumulando à proporção que ia se desfazendo cada vez mais a aliança populista. No período JK, o mercado interno foi dinamizado, com aumentos salariais (ainda que rapidamente dilapidados pela inflação), e mais oportunidades de empregos e investimentos. As desigualdades regionais, no entanto, se acentuavam.

As ações pragmáticas do governo não eram suficientes para solucionar os problemas estruturais da economia do país, que, ao contrário, foram agravadas com a desatenção pelo setor externo, pelas finanças públicas e pela destabilização dos preços. De qualquer sorte, o período 1955-60 veio a definir uma orientação que seria aprofundada — quase levada ao paroxismo — mais tarde, pois com a *"abertura da economia aos capitais privados estrangeiros, o governo JK lançou as bases de um modelo de crescimento marcado pela internacionalização da economia, dependência dos recursos externos e aprofundamento das características marginalizantes tradicionais na sociedade brasileira"*²¹.

Do fim do governo JK a 1964 — quando se dá o golpe militar no Brasil e, a partir de quando o modelo de crescimento internacionalizado é aprofundado — passam-se três anos, caracterizados pelas convulsões sociais que haviam sido adiadas pelas medidas do governo JK, e pelo aprofundamento dos conflitos políticos. *"Do ponto de vista conjuntural, o período se caracterizou pela aplicação pendular de medidas estabelecedoras e expansivas cuja adoção alter-*

nativa estava estritamente ligada à evolução das relações sociais e políticas"²².

Foi nesses anos (61-64) que "desabrochou a *contradição entre as possibilidades políticas da democracia burguesa, de base populista, e as exigências do capital monopolista, de base imperialista*"²³.

Da tensão dessa relação surgiu o impasse que resultou no golpe de 1964, e o regime instalado estabelece uma nova relação de força, onde a parte fraca é a classe trabalhadora, que vê reprimidas e suprimidas as organizações políticas, as lideranças e as propostas do operariado e do campesinato.

De fato, a nosso ver, o que se teve no período compreendido entre os anos 1961 e 1964 foi uma grande crise hegemônica. A industrialização e a modernização econômica do país trouxeram também modificações na qualidade e na quantidade das forças produtivas. O proletariado urbano, a penetração do capital no campo e os setores médios de técnicos e profissionais também adquiriram uma nova qualidade, assim como os setores que representavam o capital internacional e o Estado, enquanto agente econômico, produtor de bens e serviços. Mas o Estado, em seu papel de agente político, não foi capaz de dar a direção, de estabelecer novas formas de relação com novos grupos subalternos; canais de mediação não foram estabelecidos que respondessem às demandas desses novos grupos sociais, que deixaram de ser uma grande massa sem rosto para ir se transformando em grupos conscientes, isto é, grupos disformes

que começaram a se transformar em classe social.

O regime populista que funcionara antes, e possibilitara a execução do Programa de Metas, não mais atendia às necessidades e questões do início dos anos 60. Nesse quadro de fortalecimento dos grupos subalternos e do enfraquecimento do Estado, diante de uma crise econômica com a queda "da taxa de inversões e a taxa de renda per capita, que unificou bastante os vários setores da burguesia, incluindo-se aí nacionais e estrangeiros, grandes, médios e pequenos"²⁴, formou-se um novo bloco de poder, sob a direção do capital financeiro oligopolista.

Em 1962 o quadro da crise econômica mostrava o PIB caindo de 10,3% em 1961 para 5,3% naquele ano, e reduzindo ainda mais em 1963, quando a taxa de crescimento caiu para 1,5%, a mais baixa da história econômica do Brasil até aquele momento. Nesse mesmo ano, o crescimento per capita do PIB também foi o mais baixo da história: -1,3%. A inflação em 1963 atingiu 81,3%, o índice mais alto até aquele momento.

A crise econômica; os setores populares, que haviam integrado a aliança populista, juntamente com os trabalhadores rurais demandando as chamadas "reformas de base", que significariam a adoção de um novo modelo de desenvolvimento; setores da burguesia que também haviam integrado a aliança populista, demandando, junto com o capital financeiro oligopolista, o aprofundamento do modelo de desenvolvimento iniciado com o Programa de Metas, desembocaram no golpe militar de 1964.

O NOVO BLOCO HISTÓRICO

O novo regime estabeleceu como problemas a resolver em seus primeiros anos, a redução do déficit público, considerado como fonte de inflação, e o aumento de "investimentos que trariam poupanças externas para os capitais privados locais e estrangeiros, ao mesmo tempo que alimentariam a demanda desejada para o setor produtor de bens de capital"²⁶.

Não está dentro dos limites desta dissertação discutir as medidas tomadas, mas cabe-nos registrar que o Estado aumentou seus recursos, sem prejudicar a rentabilidade do capital, através de uma reforma fiscal que beneficiava o capital em detrimento do trabalho.

No novo regime, "o desenvolvimento capitalista no Brasil ingressou numa fase especial: cresceram a concentração e a centralização²⁷ do capital, reforçando-se o poder estatal, e, em conformidade com as determinações do imperialismo, formaram-se e desenvolveram-se associações e fusões de empresas: estrangeiras entre si, estrangeiras e nacionais, nacionais e estatais, e estrangeiras, nacionais e estatais. Ao mesmo tempo em que se desenvolveram as forças produtivas e as relações de produção, tanto na indústria como na agricultura, na cidade e no campo, desenvolveram-se e ganharam amplo predomínio os monopólios. Ao lado dos monopólios de direito, estabelecidos pelo Estado, formaram-se e desenvolveram-se os monopólios econômicos, propiciados pela forma pela qual o imperialismo passou a atuar no país. O próprio Estado favoreceu e impul-

sionou a monopolização da economia brasileira, por sua política fiscal, creditícia e tarifária; política essa inserida no contexto de um Estado no qual a violência passou a ser operada de modo altamente organizado e concentrado"²⁸.

A velocidade desse processo de fusões e associações, isto é, de concentração e centralização, foi de tal ímpeto que tornava de grande dificuldade "o estabelecimento de novas relações entre o tripé dominante e as classes subordinadas"²⁹. Mas o próprio tripé sofre mudanças e seus integrantes passam a ter peso diferente na estrutura da produção. A burguesia nacional tem poder declinante, tanto o setor agrícola como o industrial; o Estado cresceu como produtor direto, suas empresas passaram pela totalidade da produção de energia elétrica, pela totalidade da produção de combustíveis, pela totalidade da produção de certos insumos básicos; as empresas estrangeiras ficaram com "a parcela mais importante dos ramos dos chamados bens de consumo duráveis, e parcela também importante da própria produção de bens de capital, penetrando (...) na produção dos bens de consumo não duráveis"³⁰.

É esse aspecto - internacionalização dos setores de produção de bens duráveis e de uma parte significativa da produção de bens de capital - que vai caracterizar a internacionalização da economia, pois esses são dois setores líderes da economia brasileira e, dessa forma "o capital transnacional determina, a um nível elevado, o comportamento global da economia"³¹.

As ações econômicas, corresponderam várias ações

no campo político-social — extinção de partidos políticos, intervenção em sindicatos, proibição de greves, cassações de direitos políticos, prisões, etc. — que impediam a manifestação popular e o uso pelos trabalhadores de seus instrumentos de pressão tradicionais, possibilitando a implantação pelo governo de seu projeto econômico.

A coerção começou a ser utilizada — ainda que só alguns anos mais tarde viesse a ser mais ampla e diretamente aplicada contra indivíduos e instituições: as eleições presidenciais para 1965 foram canceladas; com a derrota em Minas Gerais e Guanabara dos candidatos apoiados pelo novo regime nas eleições para governador, os partidos políticos são extintos (eram 13) e é criado o sistema bi-partidário com ARENA e MDB — um governista *"com base eleitoral principalmente no Nordeste, aglutinou grande parte da burguesia industrial e financeira e setores conservadores das classes médias"*; e outro que deveria ser uma oposição confiável, *"absorveu as forças contrárias ao golpe de 1964, e, depois, os descontentes com os novos rumos do novo regime — enfrentou grandes dificuldades para se constituir em função das sérias limitações à atividade política e sofreu com inúmeras cassações de parlamentares pelo AI 5"*³².

Apesar de para atender às finalidades desta dissertação não ser necessário um inventário das iniciativas do novo regime no campo sócio-político, e sim a indicação de práticas reveladoras da dominação para a construção de uma hegemonia, não podemos deixar de citar a criação em junho de 1964 do Serviço Nacional de Informações

(SNI). A importância do SNI pode bem ser medida "por índicadores preciosos: seu comandante, com título de ministro, era um dos quatro que mantinha encontro diário com o presidente da República, logo no início do expediente. E dessa chefia saíram dois dos presidentes militares do regime de 1964: Emílio G. Medici e João Baptista de O. Figueiredo". De sua criação, até 1981, o orçamento do SNI cresceu 3.500 vezes³³.

O regime autocrático que viria a atuar com todo vigor, principalmente depois de 1968, ainda estava em gestação. Entretanto, é relevante registrar que enquanto em 1963, o ano anterior ao golpe, ocorreram 159 greves, em 1964 não houve uma sequer; enquanto em toda década de 1950 houve 54 intervenções em sindicatos, só em 1964 essas intervenções chegaram a 456³⁴. Entre 64 e 67, 16 pessoas foram mortas ou "desapareceram"³⁵. E, se por um lado a violência é contida em certos limites, o diário "Correio da Manhã" (que apoiou inicialmente o golpe) em manchete do dia 3 de abril, isto é, três dias depois do levante, clamava: "Terrorismo, não!", iniciando as denúncias de tortura do novo regime³⁶, marcando também as defecções entre os golpistas.

Da mesma forma que para fazer um breve levantamento do desenvolvimento brasileiro partimos de um momento significativo do processo de industrialização, o mesmo fazemos quanto à evolução político-social. No caso, escolhemos partir do golpe de 1964, que é quando começam a se expressar nas super-estruturas a nova correlação de

forças materiais, e percebemos mais claramente que "*as forças materiais são o conteúdo e as ideologias são a forma*", numa das definições de Gramsci para bloco histórico³⁷.

No esforço de aplicar praticamente nosso suporte teórico, tentaremos daqui para frente neste capítulo, como fizemos nos parágrafos acima, estabelecer essa relação, es se vai-e-vem, entre conteúdo e forma, dentro do conceito de bloco histórico.

O PERÍODO 1968-1973

Entre 1968 e 1973, a economia brasileira, como aliás a da América Latina, viveu período de expansão com a taxa de crescimento médio do Brasil, no período, chegando a 11,5%. A taxa de inflação decresceu e o fluxo de capital estrangeiro aumentou, mas como a maior parte dos recursos externos tomou a forma de empréstimo, a dívida externa quadruplicou naqueles anos.

Em nosso método de estudo, como já dissemos, e tentamos demonstrar, procuramos captar as determinações que fazem o concreto. Assim, neste ponto, ressaltamos a relação entre o que se dá no Brasil e o que ocorre no mundo.

Segundo André Furtado, entre 1968 e 1973, "*a Amērica Latina beneficiou-se de condições externas muito favo*r*náveis, graças à melhoria dos termos de troca e de um qua-*r*dro financeiro internacional que lhe permitiu cobrir os de*f*icits crescentes em transações correntes*"³⁹. Para ele, a "*reativação da economia periférica*" correspondeu a uma "*de*s*aceleração do crescimento industrial*" central, pois "*quan*t

do o centro começa a esgotar suas possibilidades de crescimento, este tende a deslocar para fora sua onda expansiva, acirrando-se a competição entre centro e periferia"⁴⁰.

Tais citações servem para indicar que o crescimento sem precedentes do Brasil naquele período, que foi chamado aqui e em outras partes de "milagre", se insere em um contexto amplo das relações econômicas internacionais. Tanto assim que outros "milagres", talvez não tão famosos, também ocorreram, como o coreano e o indonésio, todos propiciados pela alta liquidez internacional, que beneficiou países periféricos.

Os cinco anos do "milagre brasileiro" corresponderam quase que exatamente ao mandato do general Emílio Médici na presidência da República. O Congresso Nacional, que estiver fechado, é reaberto para elegê-lo pela via indireta. Marca seu governo pelo lema "Segurança e Desenvolvimento" e pela repressão, violência e supressão das liberdades civis. "Desenvolve-se um aparato de 'órgão de segurança' com características de poder autônomo, que levará aos cárceres políticos milhares de cidadãos, transformando a tortura e o assassinato em rotina"⁴¹. Nesse período, os mortos e "desaparecidos" chegaram a 216⁴².

Note-se que no início do período do apogeu (milagre econômico) do tripé básico que regia a economia no Brasil, é criada, em 1969, a Operação Bandeirante (OBAN), movimento repressivo financiado por setores do grande empresário e executado pelos "órgãos de segurança". Talvez que a OBAN seja das formas mais reveladoras de expressar o con-

trole hegemônico naquele momento: o tripé básico da economia não dispõe de capacidade de direção suficiente para levar seu projeto hegemônico e portanto exerce a força, a coerção.

Por outro lado, o aspecto direção não é negligenciado e é também nesse período que surgem as tentativas de controle ideológico, travestidas de campanhas de propaganda e utilizando-se de diferentes "entidades do imaginário político"⁴³ para mais amplamente atingir a sociedade. Ou como já apresentamos no capítulo anterior: a concepção do mundo da classe dirigente, na visão gramsciana, deve permear toda a sociedade, difundindo sua ideologia de forma mais elaborada nas camadas dirigentes do que os fragmentos encontrados na cultura popular.

Neste ponto, cabe citar uma passagem do livro "Brasil: nunca mais" pela capacidade descritiva daquela época: ... o país vive a fase do 'milagre econômico', dos projetos de impacto e das obras faraônicas, como a ponte Rio-Niterói e a rodovia Transamazônica, num clima de ufanismo insuflado pela propaganda oficial, com a imprensa amordaçada pela censura. A inoperância da atividade partidária legal traz, como resultado, o desinteresse popular pelas eleições que ocorrem no período. Nas eleições de novembro de 1970 para a renovação do Congresso Nacional, por exemplo, a soma das abstenções, votos em brancos e nulos atinge a 46% do total de eleitores inscritos. Até o final do mandato de Médici, seguirá crescendo a imagem do Brasil no exterior como um país de torturas, perseguições, exílios e cassações. A Igreja

ja, que apoiara a deposição de João Goulart, passa por profundas transformações e começa a enfrentar dificuldades crescentes nas suas relações com o Estado, tornando-se também vítima dos atos repressivos: há prisões de sacerdotes e freiras, torturas, assassinatos, cerco a conventos, invasões de templos, vigilância contra bispos"⁴⁴.

Nesses anos de "milagre", o Congresso Nacional era um poder enfraquecido e acuado com as cassações de parlamentares ocorridas em dezembro de 1968 em decorrência do AI-5. Talvez que um dos dados mais reveladores da debilidade daquela instituição seja o fato de entre 1969 e 1974 apenas uma CPI (Comissão Parlamentar de Inquérito) ter sido requerida e instalada. Foi em 1973 para investigar o tráfico de drogas⁴⁵. Investigações de atos do governo ou de corrupção, como mais tarde veio a público, ficaram impossibilitadas pela repressão, pela coerção.

Foi nesse período que surgiu a TV a cores no Brasil e foi ampliado o sistema de microondas, que tornou possível a chegada, através das cores vivas e vibrantes da televisão, de programas e campanhas promocionais a um maior número de cidades. Era a "concretização" da promessa de Brasil grande potência e que era tornado mais acessível aos olhos de mais brasileiros dos grupos subalternos através do "crédito direto ao consumidor" para a compra de seus aparelhos de televisão e, assim, se integrarem àquela "corrente p'ra frente". "Nesse período, temas como a união, a solidariedade, a segurança, o ufanismo nacional, a fé no futuro do país, a alegria de ser brasileiro, além de temas populares como

o carnaval, o futebol e a família, permearam intensamente, não são as mensagens produzidas pelos órgãos de comunicação do governo, como também o conteúdo de inúmeros programas produzidos pelos próprios meios de comunicação"⁴⁶.

E o Presidente Medici dava o tom: "Sinto-me feliz, todas as noites, quando ligo a televisão para assistir ao jornal. Enquanto as notícias dão conta de greves, agitações, atentados e conflitos em várias partes do mundo, o Brasil marcha em paz, rumo ao desenvolvimento. É como se eu tomasse um tranquilizante, após um dia de trabalho"⁴⁷. Essa "ilha de tranquilidade" era a custo de muita censura, que impedia que os problemas fossem conhecidos e debatidos. Alguns exemplos da ação da censura na televisão, especificamente no jornalismo: "De acordo com ordem superior, está reiterada a proibição de divulgar manifestações de qualquer natureza em qualquer área do território nacional - Agente Stenio.

Fica proibida a divulgação em matéria de qualquer natureza, inclusive tradução e transcrição, referência ou comentários sobre publicação em jornais e revistas estrangeiras de matérias abordando temas ofensivos ao Brasil, suas autoridades e entidades - Agente Benigno.

Proibido, até decisão em contrário, qualquer notícia ou nota sobre a chegada ao Brasil do professor Darcy Ribeiro - Agente Hugo"⁴⁸.

Às vezes a ordem da censura era difícil de ser seguida porque podia proibir a "menção ao sequestro do filho de um anônimo 'Rei do Angu'. E a ação da censura va -

riava de acordo com o horário e a audiência do programa jornalístico. Se era no início da tarde ou no fim de noite, a tesoura era pouco afiada, entretanto se era o popularíssimo "Jornal Nacional", da Rede Globo de Televisão, às 20:00 horas, o cuidado era muito grande⁴⁹.

O PERÍODO 1974-1978

Esses cinco anos (1968-1973) de grande repressão e de expansão da economia foram seguidos, entre 1974 e 1978, por um período de distensão política e de reversão no ciclo de crescimento devido ao próprio processo interno de acumulação⁵⁰. Mesmo assim, no entanto, entre 1975 e 1979 a produção brasileira cresceu 6,4% enquanto na Argentina e no Chile as taxas foram de 0% e 0,5%, respectivamente⁵¹. A exemplo do período anterior, este coincide com o mandato de um outro general-presidente: Ernesto Geisel. A grande diferença é que desde o segundo semestre de 1973 que o "milagre econômico" começara dar sinais de grande desgaste e Geisel *"aplica uma política que tem como linha básica a reavigoração do prestígio do regime, a reativação da vida partidária, a reabertura do diálogo com setores marginalizados das elites e a contenção da dinâmica oposicionista (...), haverá repressão, sim, e dura, mas temperada com medidas de abertura, mesclada com gestos de abrandamento, tudo visando, em última instância, à manutenção do sistema instaurado em 1964"*⁵².

O início do governo Geisel é também marcado pelas eleições majoritárias de 74, quando o MDB tem uma vitória significativa, anunciando crise nas bases de apoio ao regi

me. A vitória parlamentar anima as crescentes reivindicações, manifestações e protestos pelas liberdades democráticas, envolvendo várias entidades da sociedade civil. A partir de 1978 começam a surgir em todo o país os CBA - comitês brasileiros pela anistia.

Se a capacidade de direção do regime imposto a partir de 1964 nunca foi das mais eficientes, tendo que sempre se valer da coerção, da força, para a manutenção da hegemonia, começava a ficar claro que os próprios institutos coercitivos tinham que ser "temperados com medidas de abertura e abrandamento", numa concessão às frações da classe dominante marginalizadas e aos grupos dominados em organização.

Mesmo assim, entretanto, visando a manter o controle do colégio eleitoral (nas eleições majoritárias de 1974 o governo tinha sido amplamente derrotado), o sistema toma medidas, que se não são violências contra indivíduos, são violações das instituições: estados são separados (Mato Grosso) ou fundidos (Guanabara e Rio de Janeiro); 1/3 dos senadores passa a ser indicado e não eleito, os chamados "biônicos"; os territórios aumentam de um para dois o número de deputados federais" etc.⁵³.

No plano internacional, é importante notar que o governo Geisel coincide com o governo Carter, nos Estados Unidos, caracterizado pela política de defesa dos direitos humanos e pressões aos governos com uma prática de violação sistemática daqueles direitos. Do Paraguai (das ditaduras mais antigas do continente), ao Chile (das dita

duras mais repressivas), toda a América Latina sofreu a influência daquele governo americano.

No plano econômico, o período Geisel é controverso, com uma boa parcela do público considerando-o como responsável pela aceleração do endividamento externo brasileiro, sem uma avaliação mais criteriosa do período. Com seu trabalho "*Ajustamento x Transformação. A Economia Brasileira de 1974 à 1984*", Antonio Barros de Castro traz uma nova visão para a política econômica do período Geisel. É essa compreensão que abraçamos nesta dissertação.

Discutindo a interpretação de Carlos Lessa⁵⁴ pa-
ra o período 1974-76, Castro chama a atenção que "*O Estado surge na política de 74, inegavelmente como sujeito — mas o objeto é, antes que nada, a economia, ou se se quiser, o mercado. O equívoco (Lessa havia dito que a sociedade é que seria o objeto) seguramente provém de que naquele momento o Estado também era — ostensivamente — o sujeito no plano político*"⁵⁵. Assim é que se reconhece o caráter repressivo do Estado no campo político, mas que correspondeu, no campo da economia, a um Estado voltado para o desenvolvimento e a transformação.

As intenções da política do período Geisel foram estabelecidas no II PND, que definiu o empenho do país para "*cobrir a área de fronteira entre subdesenvolvimento e o desenvolvimento*", através da "*consolidação de uma economia moderna*" e do "*ajustamento às novas realidades da economia mundial*"⁵⁶. Ao desarranjo das contas externas brasileiras, ocorrido em 74 em decorrência do aumento substan-

cial do valor das importações (em 1973, elas totalizaram 6.192 milhões de dólares; em 1974, saltaram para 12.641 milhões de dólares), o Brasil respondeu promovendo uma *"autêntica transformação da economia e de seu relacionamento com o exterior"*; diante dessa opção, as alternativas convencionais, *"o financiamento propriamente dito nada mais seria que a escolha da passividade, enquanto que o ajustamento convencional equivaleria à mera climatização da economia"*⁵⁷.

O programa econômico a ser seguido foi estabelecido a partir do reconhecimento de que *"o grave desequilíbrio externo que emerge em 1974 é de origem estrutural (o endividamento é justificado então como uma alternativa de financiamento do balanço de pagamento) enquanto se promove uma mudança estrutural com crescimento"*⁵⁸. A alternativa a essa estratégia seria a recessão pura e simples, que de nada adiantaria, *"pois os desequilíbrios reapareceriam tão logo se retomasse a trilha do crescimento"*.

O crescimento industrial brasileiro (como já vimos no início do capítulo) foi puxado pelo desenvolvimento da indústria de bens de consumo, que, se significou um crescimento relativamente veloz da economia, também significou que tal crescimento era tecnologicamente passivo, pois que as indústrias de base e de bens de capital não se desenvolveram no nível solicitado de uma economia industrializada moderna.

O que se inicia em 1974, na visão de Castro é uma política de fortalecimento setorial, com prioridade pa

ra a indústria de transformação e a de bens de capital, que reconhecia que a economia mundial estava em crise profunda, deixando às claras a vulnerabilidade da economia brasileira.

O resultado da estratégia de 74 é que a capacidade de produção de petróleo, eletricidade, insumos básicos e de bens de capital foi drasticamente ampliada, verificando-se entre 1974 e 1980 um crescimento anual de 7,1% da indústria de transformação e de 8,5% da indústria de bens de capital⁵⁹.

Talvez que a melhor indicação da profundidade das medidas tomadas a partir de 1974, no campo da administração da economia, seja a avaliação de Castro de que tal estratégia é comparável ao impacto da siderúrgica de Volta Redonda e da indústria automobilística. Para ele, esses dois marcos e a estratégia de 74 são momentos de autêntica mutação no processo de desenvolvimento brasileiro.

O PERÍODO 1979-1981

Os anos de 1979 e 1980 correspondem a novo fluxo de capitais, que permite novo crescimento acelerado. Essa entrada de capitais é o início de um novo ciclo de endividamento externo. Enquanto a América Latina, como um todo, cresceu à taxa de 6,2% ao ano no período, o Brasil teve um crescimento à taxa média anual de 7,2% nesses dois anos⁶⁰. Em 1980 a inflação brasileira alcançou o nível recorde de 110%, com o Balanço de Pagamentos deficitário e a dívida externa continuando a se elevar dramaticamente.

Em 1981, começa uma crise recessiva profunda, que fez com que o PIB brasileiro tivesse um decréscimo de -11,9%. A. Furtado diz que "em 1979 a principal economia central (EUA), sentindo-se ameaçada pela crescente perda de seu poder a nível internacional, realiza um verdadeiro choque financeiro, que reverterá radicalmente a posição ascendente da periferia", com isso, "começa a haver um processo de debilitação de todas as economias concorrentes, portanto, a crise das economias periféricas corresponde a essa nova fase de concentração do poder na principal economia central"⁶¹.

Pouco antes da posse (em março de 1979) do General João Baptista de Figueiredo, que viria a encerrar o ciclo de generais-presidentes, eleitos pela via indireta⁶², foi extinto o AI-5, em janeiro de 1979, embora alguns de seus dispositivos que concediam poderes excepcionais ao Executivo e suprimiam as garantias individuais dos cidadãos continuassem embutidos na Constituição.

A eleição de Figueiredo já indicava que a situação político-econômico-social do país não era a mesma que seus antecessores enfrentaram. Talvez que o melhor indicador dessa mudança no tabuleiro é de que Figueiredo teve que fazer uma campanha eleitoral percorrendo todo o país, como se estivesse realmente competindo com seus dois adversários-candidatos (o senador Magalhães Pinto e o general Euler Bentes Monteiro) sem a menor chance de êxito no Colégio Eleitoral. Durante a campanha, Figueiredo percorreu o país "de ponta a ponta, concedendo entrevistas e participando de comícios; até então nenhum presidente do ciclo re

volucionário de 1964 precisara fazer isso"⁶³.

É no Governo Figueiredo que é concedida a anistia, ainda que não atendendo aos reclamos da "ampla, geral e irrestrita", dos movimentos de anistia. Entretanto, a grande maioria dos atingidos pelo arbítrio do regime militar foi beneficiada: de 1964 a 1978 registraram-se "aproximadamente 10 mil exilados políticos, 4.682 cassados, milhares de cidadãos que passaram pelos cárceres políticos, 245 estudantes expulsos das universidades por força do decreto 477, e uma lista de mortos e desaparecidos tocando a casa das três centenas"⁶⁴.

Ao concluir esta parte da dissertação, não podemos deixar de apresentar duas séries de dados estatísticos que, juntamente com os citados acima nos dão uma boa indicação do saldo do movimento de 1964 nas áreas dos direitos políticos (citada acima), cultural e sócio-econômica.

Durante a vigência do AI-5, a censura "deixou um saldo de cerca de 500 filmes e 450 peças interditadas, 200 livros proibidos, dezenas de programas de rádio e televisão e mais de mil letras de música censuradas"⁶⁵.

Quanto à divisão de renda, o regime instalado em 1964 aumentou ainda mais a distância entre ricos e pobres:

	1960	1970	1980
50% mais pobres tinham	17,4%	14,9%	14,2% da renda
30% intermediários tinham	27,8%	23,2%	22,6% " "
20% mais ricos tinham	54,6%	61,9%	63,2% " "

O 1% riquíssimo da população também aumentou sua riqueza numa proporção muito grande durante aquelas três décadas: 11,9%, 14,7% e 14,9%, respectivamente⁶⁶.

Essas três estatísticas nos mostram que durante os 17 anos que antecedem o ano em que ocorre o nosso objeto de estudo (1981), a classe dominante aumentou o controle da economia do país e que para manter o regime em vigor foi necessário o uso de muita força, expressa na repressão política e cultural. Entretanto, a crise institucional e econômica se agravou no país e são seu impacto sobre a televisão e a concessão de canais às novas redes em 1981, que veremos nos próximos capítulos.

NOTAS DO CAPÍTULO II

- ¹OLIVEIRA, Francisco. *O elo perdido*. São Paulo, Brasilien se, 1986, p. 9.
- ²PLASTINO, Carlos Alberto. *A internacionalização da produção no Brasil e seus efeitos*. Rio de Janeiro, PUC (mimeo.), s. d.
- ³_____. op. cit., pp. V e VI.
- ⁴PEREIRA DUARTE. In *Retrato do Brasil* nº 39, São Paulo, Política, p. 462
- ⁵IANNI, Octavio. *Estado e planejamento econômico no Brasil (1930-1970)*, Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, p.150.
- ⁶O Plano Marshall, de 1947, era a ajuda financeira norte-americana para a reconstrução da Europa Ocidental, após a Segunda Guerra Mundial. Sobre o assunto, veja-se também Carlos Alberto Plastino (op. cit. p. 5): "a partir do fim da Segunda Guerra Mundial, os investimentos americanos diretos no Brasil aumentaram mais do que nos demais países latino-americanos, à exceção da Venezuela. Em 1956, os investimentos feitos no Brasil só eram superados pelos efetuados no Canadá, Inglaterra e Venezuela".
- ⁷OLIVEIRA, F. "Padrões de acumulação, oligopólios e estado no Brasil". In: *A economia da dependência imperfeita*. Rio de Janeiro, Graal, p. 83.
- ⁸IANNI, O., op. cit., p. 145.
- ⁹PLASTINO, C. A., op., cit. p. 17.
- ¹⁰IANNI, O., op. cit., p. 184.
- ¹¹Presidência da República. Programa de Metas do Presidente Juscelino Kubitschek, Serviço de Documentação, 1958, p. 87. In: IANNI, O., op. cit. p. 155. O Plano de Metas era composto de 31 metas globais, visando atingir um índice mínimo de produção em seis áreas estratégicas da economia: energia, transporte, alimentação, indústria básica, educação e um projeto especial - a construção da nova capital. Em 1960 as estatísticas mostravam que os objetivos haviam, em grande medida, sido atingidos. Energia elétrica 96% da produção proposta; produtos petrolíferos 75,5% de produção dos óleos crus e 71% do refino; e foram iniciadas as construções das barragens de Furnas e Três Marias, respondendo "ao boicote das concessionárias estrangeiras ao fornecimento de energia elétrica necessária à industrialização que se pretendia". No setor transporte, as metas foram ultrapassadas na rede rodoviária e chegaram próximas do objetivo no ferroviário. A produção de aços chegou a 181% do previsto e a de cimento

a 81%. A indústria automobilística atingiu mais de 90% da meta fixada e a indústria de equipamentos cresceu em 100%. A nova capital também foi construída e inaugurada no governo Kubitschek. Entre 1956 e 1960 a taxa de crescimento industrial foi de 10,4%, enquanto de 1947 a 1953 havia sido de 8,8%. Houve uma grande inversão de capitais estrangeiros - principalmente norte-americanos, alemães, suíços e belgas - para a realização do Plano de Metas, atingindo a quantia de "2.500 milhões de dólares durante este período". Dados obtidos em ALBUQUERQUE, Manoel M. *Pequena história da formação social brasileira*, Rio de Janeiro, Graal, 1981, p. 619 e 620.

¹²Citado por IANNI, O.; op. cit., p. 157.

¹³VILLELA, Anibal. "As empresas do governo brasileiro e sua importância na economia nacional 1956-1960". In: IANNI, O., op. cit., p. 159.

¹⁴Desenvolvimento e Conjuntura, ano V. nº 5, Rio de Janeiro, 1981, p. 13 e QUEIROZ, M. "Os grupos multibilionários". In: IANNI, O., op. cit., p. 177.

¹⁵OLIVEIRA, F. "Expansão capitalista, política e estado no Brasil: notas sobre o passado, o presente e o futuro". In op. cit., p. 117.

¹⁶OLIVEIRA, F., op. cit., p. 119.

¹⁷PLASTINO, C. A., op. cit., p. 14.

¹⁸Idem, p. 14.

¹⁹Idem, p. 17.

²⁰OLIVEIRA, F., op. cit., p. 119.

²¹PLASTINO, C. A., op. cit., p. 19.

²²Idem, p. 22.

²³IANNI, O. *A ditadura do grande capital*. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 1981, p. 33.

²⁴Idem, p. 195.

²⁵PLASTINO, C. A., op. cit., p. 175.

²⁶Idem, p. 29.

²⁷Quanto à concentração e à centralização do capital ver FRIGOTTO, Gaudêncio, *A produtividade da escola improdutiva: um (re)exame das relações entre educação e estrutura econômico-social capitalista*. São Paulo, PUC (tese de doutoramento), pp. 90 e 91. "A concentração do capi-

tal resulta, inevitavelmente, do processo de acumulação, determinada pela própria concorrência intercapitalista. Caracteriza-se esta, fundamentalmente, pela tendência à extensão ou volume do capital por capitalista ou empresa". "A centralização, que não se confunde com acumulação e concentração, mas que delas resulta, define-se pela apropriação de capitalistas por capitalistas - a transformação de muitos capitais pequenos em alguns poucos grandes".

²⁸IANNI, O., *A ditadura do grande capital*, op. cit., p.35.

²⁹OLIVEIRA, F. "Expansão capitalista, política e estado no Brasil: notas sobre o passado, o presente e o futuro", op. cit., p. 122.

³⁰Idem, p. 123.

³¹PLASTINO, C. A., op. cit., p. 42. Sobre o assunto, note-se que em 1980, cerca de 50% dos investimentos nas indústrias modernas (metalúrgica, mecânica, material elétrico e comunicações, veículos, automotores e indústria química) eram de capital estrangeiro. O quadro abaixo mostra a evolução do volume de capital internacional investido na economia entre 1950 e 1980:

<u>ano</u>	<u>montante (dólares)</u>	
1950	294	milhões
1960	2,5	bilhões
1970	3,2	bilhões
1980	17,2	bilhões

Os valores são acumulados até o ano citado. Observe-se os grandes saltos em 1960 e 1980, reflexo, respectivamente, do Programa de Metas (1956-60), e do "milagre econômico" (1968-73) e do fluxo de capital estrangeiro em 1979 e 1980. Fonte: Retrato do Brasil nº 15, São Paulo, Política, pp. 87 e 88.

³²Retrato do Brasil nº 32, op. cit., p. 190.

³³ARQUIDIOCESE de São Paulo. *Brasil: nunca mais*. Petrópolis, Vozes, 1985, p. 73. O regime da "segurança nacional" que se inaugurou no Brasil em 1964 foi o precursor de regimes de força e de orientação econômica semelhantes na Argentina, Chile e Uruguai.

³⁴Retrato do Brasil nº 18, op. cit., p. 108.

³⁵Idem nº 17, op. cit., p. 98.

³⁶Idem, op. cit., p. 194.

³⁷GRAMSCI, Antonio. *Concepção dialética da história*, op. cit., p. 63.

³⁸ PLASTINO, C. A., op. cit., p. 36.

³⁹ FURTADO, André. "Dinâmica sócio-econômica da América Latina". In: *Novos Estudos CEBRAP* nº 14, São Paulo, CEBRAP, 1986, p. 22.

⁴⁰ FURTADO, André, op. cit., p. 23.

⁴¹ ARQUIDIOCESE de São Paulo. *Brasil: nunca mais*. Petrópolis, Vozes, 1983, p. 63.

⁴² *Retrato do Brasil* nº 17, op. cit., p. 98.

⁴³ "Entidades del imaginário político" é a expressão usada por Eliseo Verón para definir diferentes níveis do enunciado do discurso político. Há, para ele, cinco níveis: 1) coletivo de identificação (*nós, os socialistas, nós, os liberais*); 2) coletivos que não funcionam como identificação, pois são mais amplos que os presentes (*cidadãos, trabalhadores, brasileiros*); 3) meta-coletivos-singulares, são singulares porque não admitem a quantificação e dificilmente a fragmentação (*o país, a república, o povo, o mundo*); 4) formas nominalizadas que o enunciador utiliza para ritmar seus argumentos (*mudança sem riscos*", do discurso giscardiano durante a campanha presidencial da França em 1974, ou, com valor negativo, *a desordem, a decadência*). Essas entidades são usadas com frequência nos cartazes com slogans das campanhas eleitorais, pois têm uma certa autonomia semântica em relação ao discurso; 5) formas nominais, que, diferente das anteriores, têm "poder explicativo" (o exemplo mais célebre é *o imperialismo*). VERÓN, Eliseo, "La palabra adversativa" In: *El discurso político: lenguajes y acontecimientos*. Buenos Aires, Hacette.

⁴⁴ ARQUIDIOCESE de São Paulo, op. cit., p. 63.

⁴⁵ *Retrato do Brasil* nº 4, op. cit., p. 27.

⁴⁶ RUMMERT, S., op. cit., p. 185.

⁴⁷ CARVALHO, E. et. al., *Anos 70 - Televisão*. Rio de Janeiro, Europa, 1979-1980, p. 31.

⁴⁸ Idem. p. 34.

⁴⁹ Idem. p. 35.

⁵⁰ "Podemos então concluir legitimamente que, mesmo sendo verdade que o aumento dos preços internacionais do petróleo teve uma influência negativa sobre o setor externo da economia brasileira, isso não explica o essencial de suas dificuldades atuais. (...) a maior demanda de divisas provém da amortização dos empréstimos externos e do pagamento de seus juros - a importância desses empréstimos para a economia brasileira é anterior à crise

do petróleo". PLASTINO, C. A., op. cit., p. 57.

⁵¹FURTADO, A., op. cit., p. 26.

⁵²ARQUIDIOCESE de São Paulo, op. cit., p. 64.

⁵³*Retrato do Brasil* nº 2, op. cit., pp. 14-16.

⁵⁴Castro cita a caracterização feita por Lessa ("O Estado como sujeito e a sociedade como objeto") da estratégia de 74, no livro deste último "A estratégia do desenvolvimento 1974-1976. Sonho e Fracasso".

⁵⁵CASTRO, Antonio. "Ajustamento x Transformação. A economia brasileira de 1974 a 1984". In: *A economia brasileira e marcha forçada*. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1985, p. 45.

⁵⁶Citado em CASTRO, Antonio, op. cit., p. 30.

⁵⁷SOUZA, Francisco E. P. "Metamorfoses do endividamento externo". In: *A economia brasileira em marcha forçada*, op. cit., p. 104.

⁵⁸CASTRO, Antonio, op. cit., pags. 77 e 79.

⁵⁹FURTADO, A., op. cit., p. 28.

⁶⁰PLASTINO, C. A., op. cit. p. 36.

⁶¹FURTADO, A., op. cit., p. 30.

⁶²O Colégio Eleitoral era composto de delegados que elegiam os presidentes. Ao longo dos anos, foram feitas várias manobras para garantir maioria governista no Colégio. Quanto a eleições indiretas, vale à pena ver o quadro abaixo, que mostra quanto valia cada voto no Colégio Eleitoral:

	nº de delegados	nº eleitores no país	cada voto no Colégio Eleitoral
1964	475	15,5 milhões	40.890
1966	470	23,5 milhões	49.760
1969	380	25,7 milhões	67.639
1974	503	35,8 milhões	71.194
1978	580	46,0 milhões	78.150

Dados obtidos na *Revista do Brasil* nº 2, op. cit., pp.16.

⁶³"Dos Pacotes à Abertura", in *Nosso Século*, volume 10, São Paulo, abril, 1986, p. 148.

⁶⁴Arquidiocese de São Paulo, op. cit., p. 68.

⁶⁵MAKLOUF, Luís. A guerra da censura in *Revista do Brasil* nº 12, op. cit., p. 142. A censura era tão intensa naquela época que surgiram várias piadas sobre atos reveladores da ignorância dos censores. Luís Maklouf, no mesmo artigo, cita um fato que bem poderia integrar a lista daquelas piadas, não fosse o fato verídico: "Tanto rigor na censura a livros ocasionou apreensões absurdas como a da obra *"História do Surrealismo"*, adquirida pela Livraria Leonardo da Vinci (Rio), porque um dos artigos se intitulava *Revolução na Poesia* e a palavra revolução era proibida".

⁶⁶*Revista do Brasil* nº 29, op. cit., pp. 170 e 171.

CAPÍTULO III

"Os acontecimentos se parecem com os homens. São melindrosos, ambiciosos, impacientes, o mais pífio quer aparecer antes do mais idôneo, atropela tudo sem justiça nem modéstia ... É quando todos são graves?"

Machado de Assis

No capítulo anterior pretendemos mostrar a transformação do capitalismo no Brasil a partir dos anos 50, tentando construir o espaço e as condições onde se insere nosso objeto de estudo — as concessões de TV em 1981. Neste capítulo pretendemos apresentar o surgimento da TV no Brasil, a criação das redes nacionais, o alinhamento de seus proprietários e a que formas de capital estavam ligados.

Somente seis casos são apresentados (Tupi, Record, Rio, Excelsior, Globo e Bandeirantes) por julgarmos serem ou os mais representativos da história e da evolução da TV no Brasil, ou os mais significativos para o episódio das concessões de 1981.

Antes, entretanto, de maneira breve, introduziremos a televisão como tecnologia. Acreditamos relevante tal apresentação para que de fato cumpramos nossa busca de construção de todo o quadro onde se insere nosso objeto de estudo. Fazemos também porque uma das grandes disputas no campo da televisão mundial se dá ao nível do avanço tecnológico do veículo. Ressalte-se, entretanto, que nesta dissertação não entraremos nessa área de discussão.

Considerando-se os vários pequenos passos que foram dados por diferentes cientistas, em diferentes partes do mundo, pode-se quase que afirmar que a televisão é uma in -

venção sem inventor. Mas o primeiro passo foi dado por Alexander E. Becquerel, em 1839, descobridor dos efeitos eletroquímicos da luz, que permitiu que se aprendesse que a luz podia ser transformada em impulso elétrico. Idéias sobre a transmissão de imagens em movimento só começaram a surgir de fato por volta de 1870, com sistemas como o proposto em 1875 por George Carey, em Boston. Em 1880, nos Estados Unidos e na França, W.E. Sawyer e Maurice Leblac, respectivamente, anunciaram o princípio, que veio a ser padrão para a televisão, de varrer cada elemento do quadro, um, após o outro, linha por linha. Pouco depois, em 1884 na Alemanha, Paul Nipkow, inventava um disco (que veio a ser conhecido como Disco de Nipkow) que cobria a imagem com seus orifícios e ao girar possibilitava dividi-la em uma sucessão de pontos e linhas transmissíveis eletricamente.

Em 1908, A. Campbell Swinton propôs a utilização de tubos de raios catódicos com deflexão magnética, tanto na câmara como no receptor, que veio a se constituir no princípio básico da televisão moderna. Mas só em 1926 J.L. Baird, na Inglaterra, fez a primeira demonstração da televisão (por isso, seu nome é às vezes associado ao do inventor da televisão). Na mesma época, experiências semelhantes eram realizadas em outras partes do mundo. Nos EUA, por exemplo, a AT&T e a General Electric fizeram experiências públicas em 1922 e 1928, respectivamente. Em 13 de julho de 1930, escrevendo no New York Times, David Sarnoff, executivo da RCA e da NBC, previu que *"a televisão seria um teatro em casa, promovendo educação cultural"*. Nesse primórdio da televisão, a estrela não era homem nem mulher

- era um gato; o Gato Felix. Foi o escolhido porque era um boneco e podia suportar as longas horas imobilizado perante as câmaras, sob intensa iluminação (e consequente alta temperatura). Além disso, era todo negro, facilitando o contraste e a definição das imagens. Assim o Gato Felix ficava horas sobre o prato giratório de um toca-disco, possibilitando aos pioneiros da televisão avaliar, ajustar e melhorar o equipamento disponível. Em 1933, a RCA (Rádio Corporation of America), com uma versão aperfeiçoada do tubo de raios catódicos no receptor e um tubo iconoscópico na câmara, fez a primeira demonstração de uma televisão inteiramente eletrônica.

Atualmente os sistemas de televisão de todo o mundo seguem esse padrão, variando somente o número de linhas e quadros. No Brasil, que segue o sistema americano, são 525 linhas e 30 quadros por segundo; o sistema europeu utiliza 625 linhas e 25 quadros por segundo; o que possibilita uma recepção mais nítida, com melhor definição¹.

Existem duas frequências de transmissão: a VHF (Very High Frequency) e a UHF (Ultra High Frequency). A primeira é a que estamos mais acostumados, pois é a dos 12 canais do seletor de canais do receptor padrão. As transmissões em VHF têm um raio de ação maior que as em UHF, mas estas, por outro lado, permitem a utilização de um número maior de canais (do 14 ao 83). Ambas transmissões são através do espaço. Existe também, ainda não em operação no Brasil, as transmissões por cabo, que é o princípio da televisão paga, pois só recebe as imagens quem tem em sua ca-

sa ou a instalação do sistema de cabos ou um transcodificador para transformar em imagens os sinais recebidos.

Voltando à história do desenvolvimento da TV. Já em 1930, a RCA fizera a primeira demonstração pública, projetando imagens numa tela de 1,83m por 2,44m em Nova York, começando no ano seguinte os testes da emissora NBC (National Broadcasting Corporation). A França realizou sua primeira transmissão oficial em 1935, no ano seguinte começam os serviços regulares da BBC (British Broadcasting Corporation), de Londres, e da televisão soviética, em Moscou e Leningrado².

Com o fim da Segunda Guerra, a televisão firmou-se como meio de comunicação de massa; nascia um dos mais legítimos integrantes da indústria cultural. Nos Estados Unidos, à proporção que o novo meio era descoberto pelo público, grandes capitais se congregavam em torno das indústrias ligadas à televisão. Note-se, entretanto, que a televisão americana só passou a receber anúncios publicitários a partir de 1948.

E foi com essa história que a televisão, "um processo eletrônico que permite transformar a luz refletida pelos objetos em impulsos elétricos e enviá-los para outro lugar onde são retraduzidos em imagens"³, chegou ao Brasil em 1950. O primeiro país da América Latina a tê-la e um dos primeiros no mundo.

TUPI

A primeira estação de televisão a se estabelecer no Brasil foi a TV Tupi, de São Paulo, em 18 de setembro de 1950, de propriedade de Assis Chateaubriand - PRF-3, TV Tupi Difusora, Canal 3.

Note-se aí que o surgimento da primeira emissora de televisão coincide com a época do reordenamento da economia mundial, depois da Segunda Guerra Mundial. É o momento também do processo de industrialização e internacionalização da economia brasileira, como vimos no capítulo anterior. O país começa a ensaiar a mudança de uma nação agrícola/rural para nação urbana. *"A TV é inaugurada em São Paulo ao mesmo tempo que inúmeras iniciativas culturais lideradas pela burguesia industrial paulista: TBC, Vera Cruz, as Bienais, os Museus, numa época em que a cultura burguesa vigora como a cultura. E nenhum programa terá significação tão destacada em termos de identidade com a televisão dessa primeira fase (anos 50) como o TV de Vanguarda, levado ao ar pela Tupi-Difusora"*⁴.

Francisco de Assis Bandeira de Mello Chateaubriand, "o velho capitão", fundador dos Diários Associados⁵, era um empresário dinâmico e visto como pioneiro em várias áreas: foi fundamental para a criação do MASP (Museu de Arte de São Paulo), trouxe novas espécies de gado bovino para o país, contribuiu para a expansão dos aero-clubes no Brasil. Para aquele momento brasileiro, o papel do "pioneiro" era muito significativo, pois terminava por ser o instrumento de introdução de novas técnicas, métodos, processos e produtos

de países mais avançados na área periférica.

Para Inima Simões, a TV Tupi surgiu graças a esse espírito de "*pioneirismo e progresso (que antecedem o termo desenvolvimento)*"⁶, pois como conta, contrariando a opinião negativa de técnicos americanos contratados para determinar as possibilidades de instalação da televisão no Brasil (definir no final da década de 40 — época da encomenda da pesquisa — se o mercado publicitário teria condições de sustentar veículo tão dispendioso, quando o país ainda não tinha 50 milhões de habitantes, com a maioria vivendo no campo e uma grande parcela de analfabetos), Chateaubriand encomendou à RCA, dos Estados Unidos da América, o equipamento necessário para a instalação de duas emissoras de TV. Quatro meses depois da inauguração da emissora paulista⁷, é inaugurada no Rio, em 20 de janeiro de 1951, a TV Tupi Canal 6.

Ao longo de quase 30 anos, viu-se o nascimento, a pogeu e desaparecimento da Rede Tupi de Televisão. Em julho de 1980 (dois meses antes de completar 30 anos de vida), a Tupi de São Paulo, junto com a Tupi do Rio de Janeiro, TV Itacolomi de Belo Horizonte, TV Piratini de Porto Alegre, TV Marajoara de Belém, TV Rádio Club de Recife e TV Ceará de Fortaleza, foi declarada extinta por ato governamental. Só escaparam da derrocada total a TV Brasília e a TV Itapua.

Apesar da extinção da rede de televisão, jornais e estações de rádio Associadas ainda existem, tendo, entretanto só uma pequena parcela do prestígio da era de ouro de Chateaubriand, que foi sempre ativo no debate dos grandes te

mas nacionais; em 1929, por exemplo, fundou o jornal *Diário de São Paulo* para apoiar a causa da Aliança Liberal⁸; em seguida os Diários Associados apoiam o movimento Constitucionalista⁹ "em que o rádio teve, pela primeira vez na vida da política brasileira, papel de destaque"¹⁰.

O envolvimento de Chateaubriand com o fracassado movimento Constitucionalista mostra seu estilo e seu compromisso político: com a derrota do movimento, "surgiu sério perigo para a empresa, já de grandes dimensões, montada por Assis Chateaubriand. No Rio, o governo ocupou-os e o chefe de polícia, João Alberto, utilizando as oficinas de *O Jornal*, lançou *A Nação*, dirigida por J.S. Maciel Filho e em que se iniciou no noticiário forense Evandro Lins e Silva. Para salvar seu patrimônio jornalístico em Minas Gerais, com a ajuda de Virgílio de Melo Franco, Chateaubriand colocou na direção dos Diários Associados dali Afonso Arinos de Melo Franco, passando Darío de Almeida Magalhães para os seus jornais cariocas. O acordo era simples: em troca da salvação, Chateaubriand permitia que seus jornais mineiros servissem à política adotada por Virgílio de Melo Franco no Estado"¹¹, que era de apoio a Vargas.

Integrando a fração da burguesia identificada com o capital internacional, Chateaubriand liderou, através de seus Diários Associados, campanhas contra a intenção de dotar a Central do Brasil de uma usina de eletricidade própria. A Central teve que pagar energia à Light, que financiou a campanha dos Diários Associados, e a expansão de sua eletrificação estancou. O movimento pela cria-

ção da Petrobrás também enfrentou a oposição, dessa vez frustrada, de Assis Chateaubriand.

Com a composição populista começando a dar sinais de exaustão, o presidente Getúlio Vargas reticente, ficou o espaço para as articulações da imprensa burguesa, que tratou de minar o governo para que cedesse às pressões do capital internacional, ou capitulasse — o caminho escolhido foi a destruição do jornal *Última Hora*, praticamente o único órgão da imprensa a apoiar Getúlio Vargas e seu governo. Para isso, criou-se verdadeiro escândalo nacional, com toda a imprensa dedicada a demonstrar que a *Última Hora* só se tornara viável pela concessão de grandes empréstimos oficiais. Apesar da prática de empréstimo a jornais ser comum e rotineira, a campanha mobilizou o público e abalou o governo. Chateaubriand foi um dos líderes da campanha contra a *Última Hora*, que não era contra a política dos empréstimos em si, que na verdade interessava a todas as empresas jornalísticas, e de tal política se beneficiaram, mesmo durante a campanha¹².

"O processo de Última Hora não foi organizado, com o coro de escândalo que o marcou, apenas como meio de liquidar o concorrente afortunado e eficiente, mas como meio e nisso estava a sua essência, de debilitar o Governo, de levá-lo à capitulação — pela necessidade de serem concedidas — não às empresas jornalísticas, que continuavam, apesar de fazerem cerrada oposição, a receber favores dos estabelecimentos oficiais de crédito e a receber concessões de toda ordem — facilidades para o desenvolvimento dos ne-

gócios dos monopólios em nosso país"¹³.

Em 1964, logo após a instauração do regime militar, os Diários e Emissoras Associadas lançaram a campanha "Dê ouro para o bem do Brasil", como forma de contribuir no esforço de recuperação das finanças nacionais. E foram além os Diários Associados de Assis Chateaubriand, promovendo também uma campanha de esclarecimento sobre o comunismo. A fonte é o Diário da Noite, de 1 de abril de 1964, à página 10:

"PORQUE O COMUNISMO É CONTRA VOCÊ

..... O comunismo é contra a sua liberdade de locomoção; pois você nunca pode sair da cidade em que mora sem o salvo-conduto da polícia política, que só o concede depois de meses de investigação dos motivos da viagem.

..... O comunismo é contra sua liberdade de morar; você só pode morar onde lhe determinarem que more; e o Estado (o Partido) é que indica quem deve morar com você nos cômodos da mesma casa ou apartamento, pois há uma 'Cubagem' de moradia determinada pelo Estado, de acordo com a 'hierarquia partidária'.

..... O comunismo é contra a sua liberdade de opinião: você nada pode dizer contra os erros, os abusos, as violências ou as desonestidades de governantes ou chefes comunistas, inclusive dos capatazes de fábricas ou 'donos' dos sindicatos;

..... O comunismo é contra sua liberdade política; pois não existe outro partido a não ser o Partido Comunista, cujos chefes limitam deliberadamente o número de 'sócios', para não dividir o poder com o povo e, portanto, com você.

..... O comunismo é contra a sua liberdade de trabalhar; pois você só pode ter o emprego que o Estado (o Partido Comunista) 'se dignar' a lhe dar. Você não tem direito de escolha.

..... O comunismo é contra a sua liberdade de progredir: pois você só pode produzir aquilo que o mandaram fazer. O que você criar por si pertence ao Estado (o Partido Comunista) e pode levá-lo à cadeia ou mesmo ao 'paredão' se vender diretamente.

O COMUNISMO BASEIA-SE NUMA DOUTRINA POLÍTICA OBSOLETA E ULTRAPASSADA, FRAGOROSAMENTE DESMENTIDA, PELO PROGRESSO TECNOLÓGICO E PELA DEMOCRACIA:

Uma campanha dos Diários Associados"¹⁴

O império Chateaubriand foi o primeiro oligopólio da informação no Brasil. Sua força, entretanto, parecia estar fundada sobre bases administrativas muito frágeis. A administração e gerenciamento do Condomínio Associado foi muito caótica, as divisões internas solapavam o Condomínio e as dívidas se acumulavam. Claro está que eram dívidas da pessoa jurídica. E durante anos, o Governo, através de grandes empréstimos, aumentava a sobrevida da Rede Tupi de Televisão. Os argumentos para que não se deixasse a Tupi morrer eram basicamente o número de desempregados que seria grande e o caráter de monopólio que assumiria no Brasil a comunicação televisiva, pois a Rede Globo permaneceria praticamente só no mercado de rede, pois naquela época não havia concorrente que pudesse competir com ela, exceto a Tupi, apesar de todas as dificuldades.

Um dos líderes do movimento de funcionários da Tupi à época da cassação da concessão diz que "essa empresa foi montada em 1950 e a partir de 60 e pouco já não pagava INPS. Nunca pagou INPS desde 60 e tantos. Descontava Imposto de Renda na fonte nosso e não depositava. Fundo de Garantia nunca depositou. Mas eu acho difícil que eles sejam punidos (os condôminos, os patrões). A punição, certamente, é essa aí; a cassação das emissoras"¹⁵.

Em 1980, o Governo decidiu declarar peremptas as concessões de sete canais que pertenciam à Tupi em várias capitais brasileiras¹⁶. Mas os Diários e Emissoras Associadas continuaram a existir. Com menos prestígio, em menor número, mas funcionando normalmente em vários pontos

do país. "E mesmo aquelas fechadas pelo governo — cuja autorização de funcionamento passou a outros grupos — ainda permaneceram nas listas dos maiores devedores junto à Previdência Social e outros órgãos oficiais. Em outras palabras, ninguém — à exceção dos funcionários das emissoras foi penalizado pelo acúmulo de erros cometidos ou pelo malbaratamento de um conglomerado de empresas que chegou a ser o maior da América Latina"¹⁷.

A maior abundância de material existente sobre a Tupi, Diários Associados e Assis Chateaubriand nos permitiu uma apresentação mais detalhada do que a que faremos sobre as TVs Rio, Excelsior e Record.

De qualquer modo, a descrição mais extensa de alguns episódios nos quais estava envolvido Assis Chateau briand serve para mostrar como já nasceu íntima e viciada a relação entre Estado e TV empresarial no Brasil.

E aqui vale citar José Bonifácio de Oliveira Sobrinho (o famoso Boni, Superintendente de Programação e Produção da Rede Globo de Televisão): "Quando os primeiros canais foram distribuídos, parte por paternalismo do poder concedente, parte por interesses políticos, parte por desconhecimento do veículo, foi decretada a falência do sistema de TV no Brasil. Os beneficiários, em sua maioria, atêbem pouco tempo, usavam os canais como instrumento de promoção pessoal e fonte exclusiva de lucros fáceis e de enriquecimento relâmpago"¹⁸.

RECORD/RIO

A TV há maior tempo em funcionamento no Brasil é a TV Record, de São Paulo, inaugurada em setembro de 1953, e de propriedade da família Paulo Machado de Carvalho. A Record é importante para a história da televisão no Brasil, e especificamente para nosso trabalho, por quatro motivos:

1. é a mais antiga em funcionamento no país;
2. está intimamente ligada ao empresário/apresentador de TV Silvio Santos, que veio a ser um dos ganhadores das concessões de 1981, como veremos à frente;
3. o volume e o impacto de sua programação de *shows*, que marcou época e lançou grandes nomes da Música Popular Brasileira, como Ellis Regina, Caetano Veloso, Gilberto Gil, Chico Buarque de Holanda, Os Mutantes, MPB4 e muitos outros. Os programas de auditório foram célebres (Jovem Guarda, Fino da Bossa, Bossaudade, Família Trapo). O programa Hebe recebia grandes personalidades, pois "vir ao Brasil sem ir ao Hebe era como ir a Roma e não ver o Papa: astronautas, cirurgiões, artistas, todos os grandes hóspedes da Nação passaram por lá e respondiam às perguntas ingênuas e por vezes cretina, mas sempre encantadoras da 'madrinha dos domingos'¹⁹. Enfim uma programação de grande prestígio, que marcou os anos 60".
4. a Record, em São Paulo, e a TV Rio, no Rio de Janeiro, fundada em setembro de 1955, faziam uma dobradinha. A TV Rio era também de propriedade de Paulo Macha

do de Carvalho, mas, por desentendimentos familiares, praticamente doou a estação a seu cunhado João Batista do Amaral. Apesar de separados empresarialmente na TV Rio, há mais de 20 anos eram sócios: primeiro criaram uma empresa do *outdoors*, fundada em 1931, a Rádio São Paulo e depois as rádios Record e Pan-Americana, em São Paulo. Em seguida veio o jornal *O Tablóide*, em 1946, para depois serem criadas as duas emissoras de TV²⁰.

A TV Rio também teve sua época áurea, entre 1960 e 1967, "foi a emissora dos grandes programas humorísticos, do Jornal Nacional (O Nacional vem do patrocinador — o Banco Nacional — e não de uma transmissão nacional; naquela época ainda não havia satélite) ligando por microondas o eixo Rio-São Paulo; foi a emissora que lançou o Direito de Nascer, no Rio, novela que representou, com seus 73 pontos de audiência a afirmação do gênero; foi a emissora que planejou, no Rio de Janeiro, a transmissão em cores e a primeira a utilizar o video-tape"²¹.

O caso da TV Rio é importante como exemplo de como uma concessão pública²² serve para negociatas e de como a comunicação e a informação através da TV — "a mais subversiva máquina de influir na opinião", como enalteceu Chaateaubriand — deixam de ter qualquer significação ou compromisso com o público quando o que está sendo ameaçado é o bolso do proprietário.

No fim da década de 60 a decadência da TV Rio já era acentuada e a família Batista do Amaral vende a emissora para os Machado de Carvalho, donos da televisão Record,

de São Paulo. Os episódios de compra-venda se sucedem a partir daí e são muito bem descritos por Alcir H. da Costa:

"Por pouco tempo a TV Rio ficou com os Carvalho, que passaram a emissora para o grupo de Televisão Difusora de Porto Alegre, dominado pelos frades capuchinhos. Esse grupo mantinha vinculação com o grupo Gerdau, considerada uma das maiores fortunas do mundo, e as expectativas que justificaram os fortes investimentos da TV Difusora com a compra da Rio eram as de que a Gerdau entrasse na transação. Com o fracasso da associação, a empresa gaúcha não conseguiu, depois de dois anos, sustentar mais os pesados juros do dinheiro que levantara para a compra de equipamento novo a ser utilizado na Rio. Os motivos do fracasso são discutíveis. Hermann Kyaw, um dos diretores de programação da Rio, diz que "quando o negócio estava praticamente fechado, o Governo breiou, ficando a Difusora sozinha". Foi o próprio Gerdau que desistiu do negócio: "/.../ este grupo pedia ao mesmo tempo um generoso financiamento governamental para sua siderúrgica no Rio Grande do Sul. Algo que lhe seria negado caso tivesse dinheiro para comprar uma estação de televisão.

A TV Rio foi, então, vendida ao grupo Scorzelli e Banco Halles. Em apenas uma semana, o Halles foi cassado pelo governo, deixando toda a responsabilidade das dívidas e dos novos investimentos com Roberto Scorzelli, dono da agência de propaganda Artplan. E mais uma vez a TV Rio foi vendida, agora para o grupo Vitória-Minas que, igualmente, vinha a ser cassada por apresentar irregularidades em seus negócios imobiliários e de cadernetas de poupança.

Obviamente, a TV Rio passou a servir como elemento de negociações; pelo menos é o que nos indica a frequência das transações, as cassações e o fato de as vendas terem sido efetuadas sem qualquer autorização do governo. Em 1975, por ação dos trabalhadores em radiodifusão, através de

seu sindicato, o Ministério de Comunicações exigiu que o grupo da TV Difusora reassumisse o controle da TV Rio. Segundo informações de Ramon van Huggenhout (ou Burghenaut), que assumiu a superintendência geral em fevereiro de 1976, o controle acionário da emissora (872.000 ações) ficou dividido, principalmente, entre A. Augusto Amaral de Carvalho (100.000), José Salimen (117.700), Walmor Bergersch (117.720), Frei Cyrillo Mattiello (58.860), Frei Antonio Guizzardi (241.980). Tudo indica que houve uma preocupação dos novos donos em não vincular diretamente a Rio com a Difusora. Isso se reflete nos comunicados oficiais de cassação definitiva da Rio, onde não encontramos referências à emissora gaúcha, e numa nota distribuída pela diretoria da Rádio e TV Difusora, desmentindo qualquer vinculação dessa emissora com a TV Rio (...).

As dívidas não paravam de aumentar, todos os funcionários (cerca de 120) estavam com os salários atrasados em pelo menos quatro meses, e a publicidade era quase nenhuma, já que a pressão dos empregados e fornecedores sobre as agências era grande na tentativa de vincular a conta ao pagamento das dívidas da empresa.

"Um jornalista afirmou certo dia que o grupo imobiliário Letra estaria interessado em comprar a estação: no dia seguinte, formava-se fila de oficiais de justiça na porta da empresa, já preparados para cobrar dívidas. O negócio foi desfeito antes de começar".

Em abril de 1976, por ação da RCA, um oficial de justiça colocou a emissora fora do ar por quase uma semana, argumentando falta de pagamento. A TV Rio ficou sem a sua câmara colorida e, além dos filmes fornecidos gratuitamente pelos consulados, a emissora só podia passar os em preto-e-branco da distribuidora Dife, de São Paulo, a quem ela devia menos. Já no final, a Rio estava com cerca de 80% da programação feita ao vivo e, sempre com a situação agravada, foi mais uma vez retinada do ar, no início de 1977. Rompido o prazo oficial de 30 dias, a emissora pediu ao Dentel uma prorrogação de 15 dias para continuar fora do ar. Para

que voltasse a funcionar, um grupo de produtores e apresentadores, que se intitulou "comissão financeira", resolveu tirar do próprio bolso recursos que solucionassem a crise da empresa. Foi arrecadado um total de aproximadamente Cr\$ 800.000 pelo grupo, que estava integrado por Henrique Laufer, João Roberto Kelly, J.B. de Aquino, Anuar Sales, Paulo Monte, Marinho Duarte, Josias Ali e Cláudio Ferreira. Mas já não havia mais jeito. Três ou quatro dias depois, a presidência da República assinou o decreto cassando a concessão outorgada em 1954 à TV Rio para explorar o Canal 13"²³.

EXCELSIOR

Não podem deixar de ser incluídas nesta apresentação inicial dos canais de televisão relevantes para este trabalho as TVs Excelsior, do Rio e de São Paulo, canais 2 e 9. A Excelsior pertenceu ao grupo Mario Wallace Simonsen e funcionou durante 10 anos, de 1959 a 1969. Sua importância para esta dissertação está no fato de que a "rede" Excelsior, por força dos negócios de seus proprietários, é exemplo de como as transformações políticas e o conflito de capitais marcou a vida e a falência dessa emissora de televisão. A entrada da Excelsior no mercado é vista pela publicação brasileira mais prestigiosa sobre o mercado de comunicação — Meio & Mensagem — como um passo importante para a histó-ria da TV: "tratava-se de tentar construir uma emissora nos moldes norte-americanos, onde imperaria uma maior maturidade comercial e um pouco mais de profissionalismo administrativo. Mas ainda assim, com um forte grupo econômico às suas costas, e experimentando altos índices de audiência, a Ex-selsior naufragou"²⁴. A nosso ver a avaliação da Meio & Men-sagem é correta quanto à relevância da Excelsior e a força

do grupo que a sustentava, entretanto é incompleta por não debater o impacto das mudanças políticas e da luta de capitais no "naufrágio" da Excelsior.

O grupo Simonsen era tão poderoso como o Moreira Salles, Pignatari, Gastão Vidigal, e estava ligado ^{ao} principalmente à exportação de café. Sua firma de exportação — COMAL — chegou a ser a maior do mundo; ele "*queria ficar com o mercado de café para o capital brasileiro e se insur*gir *contra as multinacionais na Europa*"²⁵. Na realidade, Simonsen estava ligado a interesses do capital inglês, em oposição a capitais norte-americanos²⁶.

Aliado aos nacionalistas, no campo interno, Simonsen apoiou a candidatura do marechal Henrique Teixeira Lott à presidência da República, mas terminou por ter boas relações com o governo de Jânio Quadros e o de João Goulart. Pouco antes do golpe militar de 1964, o grupo Simonsen entra em crise²⁷, e já no início do regime militar a perseguição política ao grupo (a PANAIR do Brasil, de propriedade de Simonsen foi forçada a fechar pouco depois de abril de 1964), especialmente à televisão, foi muito grande. "A grande verdade é que o governo da Revolução de 1964 não via com bons olhos a família Simonsen, que sofreu muitas revezes com o novo regime"²⁸.

A TV Excelsior do Rio foi invadida na noite de 31 de março, os estúdios ocupados e transmissores lacrados. Em depoimento à FUNARTE em 1981, ex-funcionários declararam que "*a Excelsior, nas circunstâncias em que tudo ocorreu, foi dizimada, foi destruída, foi desmontada pelo*

novo sistema" (Maurício Sherman) e que "foi uma vergonha aquilo, foi política pura; era a única estação que tinha condições realmente de ficar no ar" (Wilton Franco)²⁹.

A TV Excelsior foi "a primeira emissora a ser administrada com razoável visão empresarial"³⁰ e procurou romper o amadorismo, tendo como padrão os Estados Unidos e a Argentina. A preocupação nacionalista que marcou os anos 60 no Brasil também esteve presente em toda a programação da Excelsior. Usava autores brasileiros em seu teleteatro como Guarnieri, Vianinha, Jorge Andrade. A trilha sonora da emissora era composta só com música brasileira. "Quando a gente apresentava alguma coisa estrangeira era porque fazia parte de um projeto cultural brasileiro, como os concertos de música estrangeira que nós fazíamos. A nossa idéia era fazer um módulo brasileiro, uma rede brasileira que refletisse a cultura brasileira"³¹.

Nomes como o de Wladimir Herzog, Barbosa Lima Sobrinho, Villas Boas Correa, Newton Carlos, Millor Fernandes realizavam os telejornais da Excelsior, que criativos e inovadores, marcaram época. Principalmente o "Jornal de Vanguarda", que ganhou prêmios nacionais e internacionais.

É interessante observar que o ano em que a Excelsior encerra suas atividades é exatamente quando a TV Globo leva ao ar pela primeira vez o seu programa de, talvez, maior sucesso, (certamente o de maior prestígio): o Jornal Nacional. São duas experiências distintas (Excelsior e Globo) com um ponto em comum: o impacto das transformações políticas e do interesse de capitais; na Excelsior tal impacto

trouxe a sua derrocada, na Globo significou crescimento e a construção de um quase monopólio da informação.

GLOBO

Alguns estudiosos da TV no Brasil situam no surgimento da TV Globo, o marco que divide as duas fases de vida da televisão em nosso país³². De propriedade de Roberto Marinho, já dono do jornal *O Globo* (1925) e da *Rádio Globo* (inaugurada em 1944 e que começava a liderar audiência nacional naquele ano da inauguração da TV Globo), a nova emissora de televisão organizou um sistema empresarial que deixou anos-luz atrás suas concorrentes com seus estilos familiares de administração, caracterizados pela incapacidade do gerenciamento, pelo não investimento em equipamento e pela não renovação e não formação de pessoal.

A TV Globo já nasceu polêmica. Em 1962, seus proprietários assinaram o famoso acordo Globo-Time/Life, através do qual a Globo se comprometia a instalar uma estação de televisão no Rio de Janeiro e Time/Life se comprometia a prestar informações técnicas sobre TV, treinar pessoal, intercambiar dados sobre administração, comercialização, engenharia, planejamento, e orientar quanto à aquisição de filmes e programas produzidos no exterior.

O acordo também envolvia a transferência de vultuosas somas de recursos. O acordo foi denunciado por vários segmentos da sociedade brasileira como sendo lesivo aos interesses nacionais e, mais do que isso, ilegal, pois infringia a legislação brasileira, que não permite a es

trangeiros a propriedade de meios de comunicação, o que ficava caracterizado pelo envio de mais de 6 milhões de dólares por Time/Life para o grupo Roberto Marinho, entre 1962 e 1966³³, pela presença de um gerente-geral de nacionalidade norte-americana, contrato do grupo Time/Life (o artigo 160 da Constituição Brasileira determina que "*a brasileiros caberá, exclusivamente a responsabilidade principal delas e a sua orientação intelectual e administrativa*" e pela previsão de remessa dos lucros líquidos (30%) produzidos pela TV Globo.

Figuras como Carlos Lacerda e João Calmon³⁴ foram muito críticos do Acordo, que acabou dando origem a uma Comissão Parlamentar de Inquérito na Câmara dos Deputados (1966), intervenção do Ministro da Justiça e do Presidente da República. A Globo e Time/Life refazem seus acordos. Denúncias, falcatruas, discursos, interesses de um lado, interesses de outro lado, e a Globo é condenada pela CPI por infringir dispositivo constitucional (art. 160), que sugere ao Poder Executivo aplicar as penas cabíveis. O Presidente Castelo Branco, no entanto, aceitou os Acordos e finalmente em 1968 o Marechal Costa e Silva, Presidente da República, "legalizou" a TV Globo ao acolher o parecer do Procurador Geral da República, Adroaldo Mesquita da Costa, que considerou corretas as transações financeiras entre Globo e Time/Life e que o acordo não tinha qualquer caráter de clandestinidade³⁵. Em 1969 o grupo Time/Life saiu, com a Globo comprando a parte do grupo norte-americano³⁶. Para Walter Avancini, diretor de televisão, "*a Globo foi*

cou isolada no final daquela história, mas conquistou um know-how valioso para sua expansão"³⁷.

De emissora de televisão local do Rio de Janeiro, a TV Globo cresceu, tornou-se rede nacional e líder de audiência incontestê. Sua programação variada e produzida com o que se convencionou chamar de "padrão Globo de qualidade" caiu no gosto dos brasileiros.

A Globo se transformou numa grande fábrica de sonhos: programas de humor, de auditório, o primeiro telejornal em rede (O Jornal Nacional) e, de carro-chefe, as novelas, que foram se aperfeiçoando cada vez mais. "A fantura do monopólio de audiência lhe permitiu ampliar a produção nacional e a Globo começou a sonhar com o mercado externo. A abertura política que lhe deu a chance de tornar a programação mais vinculada com a realidade nacional e vieram, em 1979, as séries brasileiras. A partir desse ano, as exportações passaram a crescer de importância e a render prestígio e dividendos"³⁸.

A rede Globo é a maior produtora mundial de programas próprios, entre as emissoras privadas, sendo que oito entre os dez programas de maior audiência são produzidos no Brasil. Em 1980, exportava programas para 52 TVs de 24 países, sendo que o "Sítio do Picapau Amarelo" foi visto nesse ano em 50 países³⁹.

Em 1981, a Rede Globo era a quarta maior rede de televisão comercial do mundo, sendo composta por 42 emissoras — próprias ou afiliadas — de um total de 103 emissoras existentes no país, atingindo, em 1984, "3.609 municípios

brasileiros, o que significa 91% dos municípios existentes em todo o país, onde estão concentrados 96,7% de nossa população; nas áreas cobertas pela Rede Globo estão todos, rigorosamente todos, os domicílios com receptores de televisão, num total de 17 milhões e 300 mil domicílios"⁴⁰.

A Rede Globo é, talvez no Brasil, dos melhores exemplos da transformação de um setor: "Ao paternalismo e personalismo nas relações de favores e poder (que marcaram o estilo de homens como Chateaubriand, por exemplo) sucedem-se relações mais adequadas aos termos do grande capital"⁴¹. E a relação com o Estado se imbricou ainda mais; além de desempenhar o papel de arauto da "boa nova" durante o "milagre brasileiro", declarou-se com a missão de promover a integração nacional: "Procuramos fazer com que ela seja, de fato, um poderoso instrumento de consolidação da unidade nacional. Atingindo praticamente todo o território nacional, acredito ser evidente a contribuição da rede Globo para a intensificação da difusão e do intercâmbio daqueles conceitos e dados de natureza cultural, social e moral — sem falar na informação pura e simples — que constituem a base do desenvolvimento nacional em todos os campos e em todos os níveis"⁴².

"É dentro dessa visão que podemos compreender o papel da Rede Globo no desenvolvimento da sociedade brasileira nos últimos 20 anos. Não diretamente controlada, mas viabilizada pelo Estado, a televisão é a grande cadeia de supermercados distribuidora de bens simbólicos, que realizou o sucesso do PNC (Plano Nacional de Cultura) não pelos índices

(ou a qualidade) da produção cultural, mas pelo seu consumo. Foi a grande distribuidora de renda simbólica desse país. Foi a concretizadora, ao nível do imaginário, dos sonhos e promessas do milagre brasileiro — que concretamente não se cumpriram"⁴³.

A televisão, como veículo de propaganda, ficou fortalecida durante o processo de aceleração da concentração oligopolista da economia brasileira. A Rede Globo foi a que mais se beneficiou desse processo. Em 1977 e 1980, à Globo foram destinados 85% do total de investimentos publicitários realizados em televisão pelos grandes anunciantes, que destinaram 11% à Tupi e 4% a outras emissoras. Note-se que a concentração de verbas publicitárias na Globo não corresponde à sua participação na audiência geral, que é inferior"⁴⁴.

Segundo a revista *Senhor*, "a folha corrida (do Sr. Marinho) insinua uma vocação monopolística e põe em dúvida seu credo pretensamente democrático. Os 22 anos da Rede Globo, sua mais formidável obra, são uma história de virtuosismo técnico, sucesso comercial e má fé política. O homem que insiste em se dizer jornalista expurgou, de seus jornais impressos e televisivos, fatos que o incomodavam e personagens por quem não nutria simpatias, reescrevendo as notícias como se fosse possível reescrever a realidade, no melhor modelo de seu antípoda Stalin"⁴⁵. E Marinho em entrevista ao jornal *New York Times*, parece dar razão a esse tipo de acusação ao afirmar que usa o poder que tem como dono de um império da comunicação, "mas que sempre o fez pa -

trioticamente, tentando corrigir as coisas, buscando os melhores caminhos para o país e seus estados. Gostaríamos de ter o poder de consertar tudo o que não funciona no Brasil. Dedicamos todo o nosso poder a isso". E prossegue Roberto Marinho: "Se o poder é usado para rebentar um país, destruir seus costumes, então não é bom, mas se é usado para melhorar as coisas, como nós fazemos, é bom"⁴⁷.

Na avaliação da revista *Senhor*, "as organizações Globo continuam fazendo, hoje, o que fazem, com breves interrupções, há 61 anos, desde que o jovem Marinho herdou prematuramente o jornal de seu pai — isto é, manter-se próximo do poder. (...) Nos anos da ditadura, os jornais do Sr. Marinho chamavam o Presidente Emílio G. Médici de democrata, negavam a tortura e expurgavam Dom Paulo Arns (Arcebispo de São Paulo) e Dom Helder Câmara (Bispo de Olinda e Recife)"⁴⁸. E agora na chamada Nova República, ainda segundo *Senhor*, "fica difícil saber quem deve mais favores a quem, se Sarney (Presidente José Sarney) à Rede Globo, ou se a Rede Globo ao Presidente da República"⁴⁹. Tal avaliação é corroborada pela reportagem do *New York Times* para quem "a nível nacional, (Roberto Marinho) geralmente usa seu poder para apoiar o Governo" e conclui citando uma autoridade brasileira não identificada: "Não penso que você verá Sarney tomando a iniciativa de tentar reduzir o poder de Marinho; ele é muito importante como aliado e muito perigoso como inimigo"⁵⁰.

BANDEIRANTES

Em 1967 foi inaugurada a primeira estação de televisão brasileira que foi cuidadosa e longamente planejada — a TV Bandeirantes. Durante cinco anos, entre 1962 e 1967, seus idealizadores e planejadores cuidaram dos mínimos detalhes, viajando aos Estados Unidos e à Europa para ver o que de mais moderno houvesse no setor.

Segundo João Jorge Saad, proprietário do canal 13 de São Paulo, o padrão técnico da Bandeirantes foi o da BBC de Londres, inclusive do sofisticado edifício, construído especialmente para sediar o novo canal. Foram contratados profissionais importantes na época para dirigir seus vários departamentos. A preocupação descia ao detalhe de criar uma escola de atores para televisão, acervo cenográfico, e um estilo jornalístico mais interpretativo, um pouco ao estilo do que já fazia a Rede Excelsior.

Dois anos após sua inauguração, a Bandeirantes enfrenta o incêndio de seu prédio, que fica completamente destruída. Passa por uma difícil fase de reconstrução e, em 1977, inaugura mais um canal, — a TV Guanabara, canal 7, do Rio de Janeiro — dando início à formação da Rede Bandeirantes de Televisão, que em 1985 totalizava 27 emissoras em todo o país.

Quando os Saad iniciaram em televisão, a família já era do ramo dos negócios na área da comunicação. Já possuíam estações de rádio e, atualmente, a Rede Bandeirantes de rádio tem um alto índice de audiência. A postura de João Saad norteava o trabalho na TV Bandeirantes: "era a

ideologia populista (que) sempre marcou o tom na Rádio Bandeirantes, que funcionava como uma espécie de braço do adhemarismo. A televisão fatalmente seguiria o mesmo caminho"⁵¹.

Na comparação entre a estética do jornalismo da Rede Globo e o da Rede Bandeirantes dos anos 70, o jornalista Gabriel Romeiro, diretor do jornalismo da Bandeirantes em 1974, comenta que "na Bandeirantes era razoavelmente simples fazer jornalismo. Nós nos valemos da ideologia populista da emissora. Lá você jamais ouviria alguém dizer que o povo é feio. Na Bandeirantes o povo é sempre bonito"⁵².

Em 1981 a Bandeirantes deu um grande passo para consolidar sua Rede e dar um passo tecnológico mais avançado que os concorrentes: assinou com a EMBRATEL um contrato de prestação de serviços permanentes para transmissões de televisão via satélite (TV-Sat), com cobertura nacional. Esse sistema, que entrou em funcionamento no ano seguinte, fez da Bandeirantes a primeira empresa privada da América do Sul a se utilizar de um satélite para uso doméstico⁵³. Assim, a Bandeirantes tornou-se de fato uma rede nacional, podendo operar 24 horas por dia através de canais do satélite Intelsat IV. A utilização do satélite significa redução nos custos de implantação de novas emissoras da Rede, além de baratear a transmissão em comparação com a utilização do sistema de microondas.

No mesmo ano da assinatura do contrato com a EMBRATEL, a Bandeirantes também firmou contratos de coope

ração com dois jornais: Jornal do Brasil e Gazeta Mercantil. A finalidade era a de dinamizar sua área jornalística. Note-se que essa preocupação com a dinamização de seu jornalismo se dá alguns meses depois do Governo ter anunciado a extinção da Rede Tupi e a abertura de licitação para a concessão de canais de televisão para formarem duas novas redes nacionais.

Feito este brevíssimo histórico da TV no Brasil de maneira a fixar a moldura para o episódio das concessões de 1981, passaremos ao capítulo seguinte para apresentar o nosso objeto de estudo propriamente dito.

NOTAS DO CAPÍTULO III

¹Note-se que às vezes há variação nas listas referentes aos marcos no processo de desenvolvimento da televisão, dependendo da fonte que se utiliza. Os dados citados foram obtidos em pesquisa feita no NEP/FUNARTE (Núcleo de Estudos e Pesquisas da Fundação Nacional das Artes) em material sem referência de origem e data. Há também dados obtidos em MARSCHALL, Rick. *History of television*. New York, EUA, Gallery Books, 1986, pp. 8-13.

²PRADO, João R. *TV quem vê quem*. Rio de Janeiro, Eldorado, 1973, p. 26.

³Idem, p. 23.

⁴SIMÕES, Inimã F. *TV à Chateaubriand*. In: COSTA, Alcir. et alii. *Um país no ar*. São Paulo, Brasiliense/Funarte, 1986, p. 31. Note-se também que o *TV de Vanguarda* era um teleteatro que levava ao ar adaptações de textos de autores famosos como Shakespeare, Dostoyevsky, Brecht, Goethe, Pirandello. Em 1956, o programa apresentou "Calunga", de Jorge de Lima, e ao fazer a crítica Guilherme de Almeida entusiasmado afirmou que a "transposição para o vídeo do romance *Calunga* (1936), de Jorge de Lima, redundou nesse admirável trabalho num espetáculo do mais vigoroso poder emotivo (...) já existe no Brasil uma arte de vanguarda. *Calunga* é o seu porta-estandarte". Crítica publicada na coluna "Ontem, hoje e amanhã", do Diário de São Paulo, em 8 de março de 1956. In: SIMÕES, Inimã F., op. cit., p. 31.

⁵DIÁRIOS associados, grupo de empresas dedicadas à comunicação social. A primeira unidade desse que veio a ser o maior conglomerado da comunicação de sua época em nosso continente, foi *O Jornal*, do Rio de Janeiro, adquirido em 1924 por Assis Chateaubriand. Em 1959, os Diários e Emisoras Associadas chegaram a ter 58 empresas entre jornais, rádios, televisões, revistas, editoras, agência de notícia, gráficas. A revista *O Cruzeiro*, um dos expoentes do grupo, chegou a vender 750 mil exemplares (para se ter uma idéia: com uma população muito maior no país, a revista *Veja* vendeu por semana no 2º trimestre de 1987, 779 mil exemplares) e ter uma versão em espanhol para os demais países da América Latina, "invadindo território da *Life*" revista americana de grande sucesso na década 1950. "Em 1978, tinha 89 empresas, três das quais inativas: são 31 jornais, 28 emissoras de rádio, quinze de televisão, uma editora, duas agências de notícias, três empresas de serviço, uma de representação, uma agência de publicidade, duas fazendas, três gráficas, duas gravadoras de discos. E uma *holding* em formação." - Negócios em Exame, São Paulo, 12 de abril de 1978.

⁶SIMÕES, Inimã F., op. cit., p. 15.

⁷No discurso de inauguração da TV Tupi de São Paulo, Assis Chateaubriand afirmou:

"O empreendimento da televisão no Brasil, devemos-lo a quatro organizações que logo, desde 1946, se uniram aos Rádios e Diários Associados para estudá-lo e possibilitá-lo neste país. Foram a Companhia Antártica Paulista, a Sul América de Seguros de Vida e suas subsidiárias, o Moinho Santista e a organização F. Pignatari... Esse transmissor foi erguido, pois, com a prata da casa, isto é, com os recursos de publicidade que levantamos, sobre a Prata Wolff e outras não menos maciças pratas da casa; a Sul América que é o que pode haver de bem brasileiro, as lãs Sams, do Moinho Santista, arrancadas ao coiro das ovelhas do Rio Grande, e mais que tudo isso, a guaraná Champagne Antártica, que é a bebida dos nossos selvagens. O cauim dos bugres do pantanal matogrossense e de trechos do vale Amazônico. Atentai e vereis como é mais fácil do que se pensa alcançar uma televisão: com Prata Wolff, lãs Sams bem quentinhas, Guaraná Champagne borbulhante de bugre e tudo isso bem amarrado e seguro no Sul América, faz-se um buquê de aço e pendura-se no alto da torre do Banco do Estado, um sinal da mais subversiva máquina de influir na opinião - uma máquina que dará asas à fantasia mais caprichosa e poderá juntar os grupos humanos mais afastados". In: SIMÕES, Inimã, op. cit., p. 20.

Como se vê, desde cedo Chateaubriand percebeu o papel facilitador da integração nacional que a TV podia exercer e a capacidade de "influir na opinião" que a televisão tem. Segundo Rubens Furtado, ex-diretor geral da Rede Tupi e da Rede Manchete, ouvido pelo autor, Chateaubriand, em viagem a Nova York, viu a televisão em funcionamento e se encantou, encomendando de imediato ao General Zarnoff, da RCA, o equipamento necessário para duas emissoras. A RCA negou o pedido, argumentando que no Brasil não havia condições de mercado para a instalação de uma, quanto mais duas estações de TV. Chateaubriand foi então à General Electric, concorrente da RCA, fez a mesma encomenda, que foi imediatamente aceita. Portanto, segundo o relato de Furtado o primeiro fornecedor de equipamento teria sido a GE e não a RCA.

⁸*Aliança Liberal*, movimento de oposição ao Presidente Washington Luiz, e que apresentava Getúlio Vargas como candidato à presidência. O programa da Aliança não se diferenciava muito da plataforma do candidato situacionista, o paulista Júlio Prestes, exceto quanto ao voto secreto e à anistia para os envolvidos no tenentismo. A situação do operariado era mencionada vagamente, não havia compromissos de ganhos trabalhistas e a industrialização não merecia maior destaque. A Aliança tinha o apoio dos setores urbanos e seus partidários reconheceram e tiraram proveito da redução da força hegemônica da oligarquia cafeicultora. O candidato da Aliança foi derrotado,

mas Washington Luis é deposto e Getúlio Vargas assume. "Neste caso, a tomada do poder pelas forças contestatórias, ao nível do bloco de classes hegemônico e manifestada na coalisão da Aliança Liberal representava um re-manejamento na estrutura e na participação nas práticas do poder. Não havia, portanto, contradições antagônicas, na medida em que as mudanças se realizavam dentro dos parâmetros capitalistas". ALBUQUERQUE, Manuel M., *Pequena história da formação social brasileira*. Rio de Janeiro, Graal, 1981, p. 574.

⁹ Movimento que eclodiu em 1932, que tem como alguns de seus antecedentes o fechamento do Congresso Nacional em 1930 e o desinteresse do Governo em desenvolver um programa econômico, que satisfizesse a oligarquia paulista.

¹⁰ SODRÉ, Nelson Werneck. *História da Imprensa no Brasil*. São Paulo, Martins Fontes, 1983, p. 378.

¹¹ SODRÉ, Nelson Werneck, op. cit., p. 378.

¹² A época da campanha, "enquanto a *Última Hora* levantava cerca de 156 milhões de cruzeiros, as organizações comandadas por Assis Chateaubriand deviam mais de 162 milhões de cruzeiros ao Banco do Brasil e todos sabiam que deviam também às Caixas Econômicas e aos Institutos de Previdência". Outro jornal muito ativo na campanha era *O Globo*. Vale a pena ler a história de alguns de seus empréstimos, conforme conta SODRÉ em sua *História da Imprensa no Brasil*, à pag. 401.

"A 17 de outubro de 1950, Vargas eleito mas ainda não empossado, *O Globo* levantara empréstimo no Banco do Brasil, no valor de 31.770 dólares, isto é, os cruzeiros destinados à cobertura da importação de máquina impressora tipo off-set, modelo Roland-Ultra RZU V, alemã, para imprimir *O Globo Juvenil*, *Gibi* e outras revistas desse tipo lançadas pela empresa, escritura registrada a folhas 49 a 61 do livro nº 354 do 15º Ofício de Notas, do tabelião Hugo Ramos, em que *O Globo* aparecia como "sociedade irregular ou de fato", cujos sócios eram Francisca Pisani Marinho e seus filhos Heloísa Marinho Velho da Silva, Nilda Marinho Medrado Dias, Roberto Marinho, Ricardo Marinho e Rogério Marino; *O Globo* dava, como garantia, penhor mercantil da própria máquina a importar e sua velha impressora Goss; entraria com 20% sobre o valor em dólares, mas em cruzeiros, e amortizaria o resto em três anos, em prestações mensais de 20.000 cruzeiros. Um mês depois, apenas, voltava *O Globo* ao Banco do Brasil, levantando o correspondente a 31.776 dólares, para importar três máquinas: uma dobradeira, uma impressora tipográfica e uma grampeadeira, todas alemãs, escritura registrada a folha 86 a 88 do livro nº 355 daquele mesmo cartório, com as mesmas condições de pagamento, sendo as prestações mensais de 19.800 cruzeiros, e garantia dada ainda pelas máquinas a importar,

e garantia dada ainda pelas máquinas a importar, mais a mesma e velha rotativa Goss, embora já hipotecada. Pouco depois, voltava O Globo ao Banco do Brasil para novo empréstimo, agora dos cruzeiros correspondentes a 50.000 dólares, destinados à importação de máquina de impressão off-set, modelos Roland Ultra RZU V, alemã, para imprimir as duas cores, escritura registrada a folha 22 a 24 do livro nº 418 daqueles mesmo cartório, sob as mesmas condições de pagamento, prestações de 33.000 cruzeiros mensais e, como reforço de garantia, pela terceira vez, a mesma velha rotativa Goss. A 26 de dezembro de 1952, voltava O Globo ao Banco do Brasil, tomando cobertura para 200.000 dólares, destinados à compra da rotativa off-set, a quatro cores, agora nos Estados Unidos, escritura registrada a folha 64 verso a 67 do livro nº 445 do mesmo cartório, com as mesmas condições de pagamento e as mesmas garantias, entrando outra vez nisso a velha rotativa Goss. Já a 26 de agosto de 1962, O Globo conseguia do Banco do Brasil a importância correspondente a 708.665 dólares, escritura registrada a folhas I a 5 do livro nº 445 do mesmo cartório, destinada à compra de moderníssima rotativa Hoe, nas mesmas condições de pagamento, prestações mensais de 442.000 cruzeiros, e as mesmas garantias, isto é, a máquina a importar e mais a velha rotativa Goss; o beneficiário, porém, não era mais a Viuva Irineu Marinho & Filhos, mas a "Empresa Jornalística Brasileira S.A.", proprietária de O Globo, tendo assinado a escritura Roberto Marinho e Herbert Moses, presidente e vice-presidente, respectivamente, da citada empresa e, como intervenientes fiadores, Stella Marinho e Leonor Sbreca Marinho. Claro que, enquanto levantava, assim, em dois anos, no Banco do Brasil, empréstimos correspondentes a mais de um milhão de dólares, O Globo combatia ferozmente os "favoritismos do Banco do Brasil", participava ativamente da campanha contra os empréstimos feitos à Última Hora e formava na vanguarda da "Aliança Popular contra o roubo e o golpe", que se propunha combater a "corrupção do Governo".

¹³SODRÉ, Nelson W., op. cit., p. 403.

¹⁴Citado por SIMÕES, Inimã, op. cit., p. 56.

¹⁵MESQUITA, Humberto in Folha de São Paulo, São Paulo, 28 de setembro de 1980. Defendendo-se, em depoimento ao Jornal do Commercio, João Calmon, presidente do Condomínio Associado na época, declarou: "será que todos estão esquecidos de que este lutador que agora lhes está falando, em 1963 e no primeiro trimestre de 1964 arriscou a sua vida e arriscou todo o patrimônio dos "Diários As sociados", com autorização de Chateaubriand, naquela luta terrível de que muita gente talvez ainda se lembre, a luta contra a baderna, contra a tentativa de comunicação deste país? Naquele momento até a minha cabeça foi exigida pelo Presidente da República a Assis Chateaubriand.

Foi enviado um emissário à "Casa Amarela", onde residia Assis Chateaubriand, para exigir a minha demissão porque, além de estar criticando o Presidente da República e seu cunhado através dos "Diários Associados", eu havia tomado a iniciativa da criação de uma "rede da democracia" que reunia 118 estações de rádio no país todo". In: *A Crise na TV Brasileira*, Jornal do Commercio, Rio de Janeiro, 15 e 16 de junho de 1979, pp. 7 e 8.

Maiores informações sobre a história da TV Tupi podem ser obtidas, além das publicações citadas neste capítulo, em: *30 anos de TV, a história da Tupi*, Jornal do Commercio, 15 de setembro de 1980; *TV Tupi, 25 anos, do tamanho do Brasil*, Diário de São Paulo, 18 de setembro de 1975; *TV Tupi: o triste fim antes dos 30*, Jornal do Brasil, 3 de agosto de 1980.

Segundo Rubens Furtado, Chateaubriand nunca estava em dia com o pagamento da previdência social. A multa, até 1964, pelo atraso, era de 1% ao ano, e por ser tão baixa terminava por ser uma espécie de empréstimo a juros baixíssimos. Depois de 1964, os atrasos tinham que ser pagos com multa, correção monetária e juros; daí os problemas da rede de televisão, especialmente em São Paulo, que foi acumulando uma enorme dívida.

¹⁶ A nota oficial do governo dizia: 1) O governo federal vem acompanhando os problemas e dificuldades de empresas da rede de televisão controlada pelo denominado "Condomínio Acionário dos Diários Associados". Em particular, são causa de preocupação os seguintes pontos:

(I) Os sistemáticos atrasos no pagamento dos salários de seu pessoal e no recolhimento dos tributos federais e contribuições sociais obrigatórias, inclusive dos descontados de seus empregados;

(II) Os vultuosos débitos das empresas componentes da rede, junto aos órgãos e entidades da administração pública direta e indireta, e sua liquidação;

(III) A conveniência de continuar a manter a pluralidade de redes nacionais privadas e viáveis de serviços de televisão;

(IV) A incapacidade demonstrada por aquelas empresas de assegurar a continuidade dos serviços de radiodifusão, dos quais, são concessionárias.

2) Vencidos os prazos das concessões dadas às empresas em causa, o Governo Federal não encontrou, por parte delas, condições capazes de justificar a renovação das concessões. As emissoras continuaram a funcionar a título precário, até decisão final do Governo, conforme facultada a lei.

3) O Governo Federal concedeu várias formas de assistência financeira ao grupo "Associado", solicitadas ostensivamente para o saneamento financeiro de suas empresas.

4) Além disso, o governo deu aquelas concessionárias as oportunidades possíveis de cumprimento de suas obrigações legais, fiscais, previdenciárias e trabalhistas. Tudo isso, porém, terminou por revelar-se inútil. Ao contrário dos resultados econômicos, financeiros e administrativos esperados, algumas concessionárias evoluíram para uma situação claramente insustentável, notabilizada pela precariedade dos serviços oferecidos e pelos problemas sociais decorrentes, conforme é de conhecimento público e notório.

5) O governo faz notar que, em todos esses casos, agiu motivado pela expectativa de sobrevivência da rede, objetivando, dessa forma, preservar o mercado de trabalho e o princípio da pluralidade de redes nacionais de televisão.

6) A análise cuidadosa e a serena ponderação de todos esses fatos - e o minucioso exame de todas as soluções possíveis para o problema - levam o Governo Federal a reconhecer publicamente, como o faz agora, a inviabilidade de renovar as concessões às referidas empresas.

7) Conseqüentemente, e de conformidade com os princípios e objetivos mencionados nesta nota, o Governo Federal decidiu:

(I) considerar peremptos as concessões dadas às seguintes empresas, para a exploração de serviços de televisão em VHF: Rádio Difusora São Paulo S.A. (TV-Tupi de São Paulo, Canal 4); S.A. Rádio Tupi (TV-Tupi do Rio de Janeiro, canal 6); S.A. Rádio Guarani (TV-Itacolomi de Belo Horizonte, canal 4); Rádio Clube de Pernambuco S.A., de Recife (Canal 6); Rádio Marajoara S.A., de Belém (canal 2); Ceará Rádio Clube S.A., de Fortaleza (canal 2); Rádio e Televisão Piratini S.A., de Porto Alegre (canal 5).

(II) O Ministério das Comunicações tomará as medidas necessárias à implementação dessa decisão, retirando do ar as referidas emissoras.

(III) Permanecerão em vigor, pelo prazo remanescente, as concessões dadas à S.A. Correio Braziliense (TV-Brasília, canal 6) e a televisão Itapuã S.A. (canal 5, de Salvador).

(IV) Prosseguirão normalmente as medidas legais necessárias à cobrança dos créditos da União, notadamente os de natureza fiscal, previdenciária e trabalhista.

8) O Governo Federal tomará, em seguida, as providências cabíveis para colocar em licitação os canais de televisão ora retomados, em virtude da perempção das concessões. Na adjudicação das novas concessões, o Governo estimulará o aproveitamento, pelos novos concessionários, do maior número possível de atuais empregados das emissoras.

9) O ministério do Trabalho e a Caixa Econômica Federal

ficam autorizados a executar as providências acordadas, objetivando amenizar o problema social consequente aos débitos salariais existentes.

10) O governo estudará, ainda, a possibilidade de permitir o adiantamento das quantias referentes ao fundo de garantia não recolhido pelas empresas, ou outra forma transitória de amparo ao pessoal para ulterior ressarcimento. In: "Acabou a TV Tupi". Jornal do Brasil, Rio de Janeiro, 17 de julho de 1980.

¹⁷ SIMÕES, Inimã. op. cit., p. 120.

É ainda Rubens Furtado quem informa que eventualmente todas as empresas Associadas acertaram seus débitos com a Previdência.

¹⁸ OLIVEIRA SOBRINHO, José B. "Televisão e educação". Palestra na Escola Superior de Guerra, Rio de Janeiro, 1979.

¹⁹ ARY, Wilma. 30 anos da Record, os bons tempos não voltam mais. *Revista Crítica da Informação*, ano I, nº 5, dez. 83/jan./84, p. 28.

²⁰ Mais informações sobre a história da TV Record podem ser vistas em ARY, Wilma, op. cit.

²¹ COSTA, Alcir R., Rio e Excelsior: projetos fracassados? In: COSTA, Alcir et alii. *Um país no ar*. São Paulo, Brasiliense/Funarte, p. 125.

²² Note-se que o canal 13, do Rio de Janeiro, estava originalmente destinado à Rádio Mauá, que pertencia ao Ministério do Trabalho.

²³ COSTA, Alcir, op. cit., pp. 141 e 143.

²⁴ MARCONDES, Pyr. *Um negócio chamado televisão*, in Meio + Mensagem Informe Especial nº 25, São Paulo, PI Publicações Informativas, 1984, p. 4.

²⁵ COSTA, Alcir, op. cit., p. 150.

²⁶ Idem, p. 150.

²⁷ Pouco antes do golpe militar de 1964, em consequência de uma fortíssima geada que provocou o aumento dos preços do café, a COMAL deixou de cumprir suas obrigações internacionais. A COMAL foi denunciada e bens da família Simonsen sequestrados. "A Comissão Parlamentar de Inquérito do Café, montada, nessa época por Herbert Levi (por coincidência, também ligado à exportação de café), desmoralizou os negócios de Simonsen, inviabilizando as articulações da COMAL com banqueiros ingleses: (e explica o filho de Simonsen)" naquele momento ele esta-

va procurando recompor o grupo econômico dele com uma série de contatos com banqueiros ingleses no sentido até de entrar em composição acionária com eles". COSTA, Alcir, op. cit., p. 152.

²⁸ FRYDMAN, Lyba. Pequena história da TV. In: Revista Briefing, São Paulo, Logos, setembro de 1980, p. 37.

²⁹ COSTA, Alcir, op. cit., p. 153. Maurício Sherman também descreveu a noite de 31 de março de 1964 na TV Excelsior do Rio de Janeiro: "Naquele dia, 31 de março ou 1 de abril, nós estávamos trabalhando. Uma turma de sujeitos invadiu a TV Excelsior com o General Gustavo Borges à frente - o chefe de polícia do Lacerda - com uma metralhadora na mão. Invadiu uma emissora cujos únicos revólveres que tinha eram os da contra-regra, revólveres Estrela, e os tiros que a gente dava eram de pólvora seca. Invadiram com essa violência e tomaram conta dos estúdios, mandaram lacrar, mandaram tirar, mandaram não-sei-o-que, e o Lacerda babando no meio daquilo tudo. Porra, conseguiu! Um negócio triste... Então começou a se desmontar a TV Excelsior que era maravilhosa, muito bem feita profissionalmente, muito digna com os profissionais..." Manuel Carlos, veterano da televisão também observou que "as televisões sempre faliram deixando os donos muito ricos; só a Excelsior que não, pois na Excelsior foi cassado o homem, quem foi empobrecido foi o Mario Simonsen. Foi tudo política!"

³⁰ FRYDMAN, Lyba. op. cit., p. 36.

³¹ Depoimento de Alvaro Moya, da extinta TV Excelsior, a Alcyr Costa, op. cit., p. 158.

Apesar de não se referir especificamente à Excelsior, Fernando Faro, produtor de uma série de musicais desde os tempos da Tupi, pensa que "a televisão no começo dos anos 60 era o grande acontecimento do povo brasileiro. Tudo que ia ao ar era visto com os olhos maravilhados do público. Eu tenho a sensação que a Tv era o grande porta-voz da realidade brasileira. Era nos palcos(...) que se forjavam os novos valores. A classe média estava no ar. Eram momentos mágicos. Em 64, isto terminou." Depoimento a Helio Goldstejn in "Os festivais da honestidade", Folha de São Paulo, São Paulo, 28 de setembro de 1980.

³² Para Carlos R. A. Ávila, "a verdadeira investida, que mudaria os rumos da televisão no Brasil aconteceu em 1965, enquanto se implanta no país uma nova televisão, a Globo, que, apadrinhada desde seu nascimento por obscuros contratos comerciais com empresas norte-americanas (Time/Life), organiza um sistema empresarial que modificaria e influenciaria definitivamente todo o sistema televisivo do país". ÁVILA, Carlos R. A. *A televisão: a participação estrangeira na televisão no Brasil.*

São Paulo, Cortez Ed./Ed. UNIMEP, 1982, p. 100. Já para Sérgio Caparelli, a chegada da Globo é tão importante quanto dois outros fatores: "em termos de Brasil, os 29 anos da televisão podem ser divididos em duas grandes fases, com um momento de transição: fase I (1950-1964); fase II (de 1964 até hoje), o momento de transição está entre o declínio da Rede Associada, o acordo firmado pela tevê Globo com o grupo Time-Life em 1962 e a ascensão da tevê Excelsior, tudo isso nos primeiros anos da década passada". CAPARELLI, Sergio, *Comunicação de massa sem massa*. São Paulo, Cortez Ed., 2a. ed., 1982, p.9.

³³Documento de 27 de junho de 1966, da CPI, presidida pelo deputado Roberto Saturnino "para apurar os fatos relacionados com a organização Rádio, TV e Jornal *O Globo* com as empresas estrangeiras dirigentes das revistas *Time* e *Life*. In: HERZ, Daniel, *A história secreta da Rede Globo*. Porto Alegre, Tchê, 1987, p. 239.

³⁴Carlos Lacerda foi deputado e governador do antigo Estado da Guanabara, pela UDN. João Calmon foi deputado federal e senador "biônico", além de lugar-tenente de Assis Chateaubriand nos Diários Associados.

³⁵Sobre o episódio da aceitação pelo Poder Executivo dos acordos entre a TV Globo e o grupo Time/Life, conta João Calmon que o Procurador Geral da República, a pedido do Presidente Castello Branco, teve uma conversa com o Chefe da Casa Militar Ernesto Geisel, que lhe disse: "Dr. Adroaldo Mesquita da Costa, eu estou certo de que o senhor, como cultor das letras jurídicas, encontrou filigranas, descobriu argumentos para a aprovação desse acordo entre Time/Life e a TV Globo. Se a decisão desse caso dependesse exclusivamente de mim, eu mandaria fechar imediatamente esta estação americana, TV Globo". Depoimento de João Calmon para o Jornal do Comércio, Rio de Janeiro, 15 a 16 de junho de 1980.

Para maiores detalhes e informações sobre o episódio Globo-Time/Life consultar: HERZ, Daniel; op. cit.; RUMMERT, Sonia, *Os meios de comunicação de massa como aparelhos de hegemonia*. Dissertação de Mestrado, Rio de Janeiro, FGV/IESAE, 1986; COSTA, Alcir et alii, *Um país no ar: história da TV brasileira em 3 canis*, op. cit., SODRÉ, Nelson W., *História da imprensa no Brasil*, op. cit.; CALMON, João, depoimento a jornal do Comércio, Rio de Janeiro, 15 a 16 de junho de 1980, pp. 6 e 7.

³⁶Segundo João Calmon, o dinheiro para a Globo ressarcir Time/Life veio dos cofres públicos, através de um empréstimo do então Banco do Estado da Guanabara e, "simultaneamente, foi celebrado um contrato entre a Rede Globo, o Sistema Globo de Rádio e "O Globo" com a Caixa Econômica Federal, de tal maneira que as prestações do empréstimo de milhões de dólares ao Sr. Roberto Marinho, destinados ao Grupo Time/Life, fossem pagas com a publi

cidade da Caixa Econômica Federal. Em última análise a Rede Globo foi uma dádiva da Nação ao Sr. Roberto Marinho. Os contribuintes brasileiros em última análise deram ao Sr. Roberto Marinho a Rede Globo." Depoimento de João Calmon ao Jornal do Comércio, op. cit.

³⁷KEHL, Maria Rita. Eu vi um Brasil na TV. In: COSTA, Alcides et alii, op. cit., p. 184.

³⁸SILVA, Carlos E. L. *Muito além do Jardim Botânico*. São Paulo, Summus, 1985, p. 32.

³⁹HERZ, Daniel, op. cit., p. 217.

Segundo Manoel Francisco do Nascimento Brito Filho, editor do Caderno Cidade do Jornal do Brasil, e da família proprietária desse matutino, a Globo é, fora do Japão, o segundo maior cliente da Sony, que chega a planejar equipamento para atender necessidades específicas daquela rede de televisão, dado o volume de produção da Globo.

⁴⁰SOUZA, Claudio. Mello e. 15 anos de história - *Jornal Nacional*. Rio de Janeiro, TV Globo, 1984, p. 70.

⁴¹KEHL, Maria R. op. cit., p. 177.

⁴²Roberto Marinho citado por Hamilton Almeida Filho. In: SILVA, Carlos E. L., op. cit., p. 32.

⁴³KEHL, Maria Rita, op. cit., p. 173.

⁴⁴HERZ, Daniel, op. cit., p. 215.

⁴⁵SENHOR. *O atacado do Sr. Globo*. São Paulo, nº 306, 27 jan. 1987. p. 40.

⁴⁶SENHOR, op. cit., p. 45.

⁴⁷RIDING, Alan. *One man's political views color Brasil's TV eye*. New York, EUA, New York Times, 12 de janeiro de 1987, p. A4 (tradução do autor).

⁴⁸SENHOR, op. cit., p. 45.

⁴⁹Idem, p. 44.

⁵⁰RIDING, Alan, op. cit., p. A4.

⁵¹CARVALHO, E. et al. *Anos 70 - Televisão*, op. cit., p. 44.

⁵²Idem. p. 44.

⁵³*Bandeirantes faz rede por satélite*, *Jornal do Brasil*, Rio de Janeiro, 9 de outubro de 1981.

CAPÍTULO IV

*"Parece irônico que, em nome dos oprimidos, os cientistas sociais se preocupem cada vez mais com as microfísicas do poder, com a resistência isolada do ato cotidiano, em vez de se preocuparem com as estruturas da dominação—a macrofísica do poder".**

Emília Viotti da Costa

Com o fim da Rede Tupi de Televisão, em julho de 1980, ficaram funcionando no país duas redes nacionais (Globo, de propriedade do grupo Roberto Marinho, e Bandeirantes, do grupo João Saad) e uma rede de alcance praticamente restrito ao Estado de São Paulo — a Record, de propriedade da família Paulo Machado de Carvalho em sociedade com o animador de televisão Silvio Santos. Havia também a rede não-comercial de televisão educativa.

O fim da Tupi foi lento, conforme vimos no capítulo anterior. As especulações da época quanto à solução que daria o governo (como poder concedente e credor da Tupi) previam ou a estatização daquela Rede, ou a venda/arrendamento a um outro grupo. Na realidade, neste caso houve mais do que especulação porque em meio à crise administrativo-financeira da Tupi e a greve dos seus funcionários, o governo chegou a estabelecer conversações com o Grupo Abril.

*Citação da entrevista concedida pela pesquisadora brasileira radicada nos EUA, publicada pelo caderno Idéias, Jornal do Brasil, Rio de Janeiro, 18 de junho de 1988.

E tais negociações foram a tal ponto avançadas que "uma fonte palaciana", conforme qualificou o jornal *Folha de São Paulo*, informou que "a Abril chegou a ter o pão na boca". Esse jornal também anunciou que entregar à Abril os canais cassados da Tupi era "o ponto de vista defendido pelo ministro Golberi do Couto e Silva e pelo secretário-particular do presidente, Heitor Ferreira de Aquino"¹. Cogitou-se também que o grupo Moreira Sales, a Rede Capital de Rádio e um grupo de empresários do Paraná, liderados pelo deputado federal Paulo Pimental, do PDS, também estariam interessados na Rede Tupi².

Surpreendendo os analistas da época, o governo decidiu considerar peremptas as concessões de sete canais da Rede Tupi (Rio, São Paulo, Belo Horizonte, Recife, Fortaleza, Belém e Porto Alegre)³ e em seguida abrir à licitação pública esses sete canais, que junto com mais dois canais há anos desativados (as antigas TV Continental, do Rio, e TV Excelsior, de São Paulo) possibilitariam a criação de duas novas redes.

A abertura das duas novas redes (editais de 23 de julho de 1980) foi a solução que livraria o governo de alguns problemas.

No critério de escolha dos vencedores da licitação, havia pelo menos cinco requisitos que deveriam ser atendidos pelos candidatos, na visão do ministro Haroldo Corrêa de Mattos:

1. o menor prazo para a efetiva entrada em funcionamento de cada uma das estações e do conjunto da rede;

2. aproveitamento das instalações e equipamentos eventualmente disponíveis pela União e seus órgãos ou entidades;

3. maior aproveitamento dos funcionários das antigas estações;

4. ressarcimento dos financiamentos concedidos pela Caixa Econômica Federal aos sindicatos de classe dos empregados das concessionárias anteriores; e

5. ressarcimento a órgãos ou entidades do governo federal das quantias adiantadas aos funcionários.⁴

A possibilidade de duas novas redes causou polêmica e nova onda de especulação. Para uns, como a revista *Isto É*, a multiplicação das redes permitiria "um maior acesso às diversas correntes de opinião que surgem num autêntico processo de abertura política" ou que "viabilizando a formação de quatro redes de bom tamanho, o governo pode ter resolvido o assunto televisão até o final do século" e que o "episódio tem importantes desdobramentos econômicos e políticos. Do ponto de vista do mercado, abrem-se novas perspectivas de competição: do lado político, o pluralismo na indústria da comunicação eletrônica é coerente com o processo de abertura, e quem sabe, essencial à consolidação da democracia no país". E prosseguiu o entusiasmo notando que "apesar da natural tentação, o governo abriu a concorrência para o setor privado ao invés de transformar a Tupi numa rede oficial. Escolheu, portanto, conviver com eventuais conflitos, numa área vital de formação da opi -

nião pública"⁵.

O anúncio da criação das novas redes foi também recebido por alguns como manobra da Rede Globo de Televisão, que assim não teria a ameaça de uma nova grande rede, provavelmente mais forte e mais ameaçadora na disputa pelo mercado, do que duas novas redes ... menores. Esse era o argumento do governo quando das negociações com a Editora Abril — "a necessidade de criar uma rede nacional capaz de enfrentar o 'monopólio' da Globo e sua capacidade de penetração. Com estações filiadas do Oiapoque ao Chui, a ex-Tupi, bem administrada, teria a capacidade teórica de fazer frente à Globo"⁶.

Muitas dúvidas, que o tempo esclareceu, surgiram quanto à capacidade do mercado suportar mais duas novas redes, provocando em Richard Civita, diretor da Editora Abril a pergunta: *Serã que hã espaço para tantas?*"⁷. Já o publicitário Mauro Salles comentou à época: *"sõ hã lugar para duas; três funcionaríam com dificuldade"*⁸. João Saad, presidente da Rede Bandeirantes, preferiu comparar o mercado brasileiro ao americano para expressar seu cetiscismo quanto à capacidade do mercado suportar duas novas redes: *"nos Estados Unidos, onde existem somente tres redes, a verba anual de publicidade é de 10 bilhões de dólares enquanto que aqui é de apenas 350 milhões de dólares por ano"*⁹.

O crítico Artur da Távola argumentava que *"nenhum país do mundo, mesmo os desenvolvidos têm mais de três grandes redes nacionais de televisão (...). Se os EUA, o país capitalista mais rico, têm apenas três redes de televisão é*

*porque nem o mercado gigantesco de lá dá para mais" e que "os mais adiantados têm, sim, é uma diversificação da oferta para micropúblicos, garantindo-lhes programações afins"*¹⁰.

Já que a comparação com os EUA parece inevitável, apresentamos alguns números sobre aquele mercado, relativos ao ano que entrou no ar (como veremos adiante) a mais nova rede de TV brasileira, em 1983: "existem hoje nos EUA, 1097 emissoras de TV, sendo 902 comerciais e 277 públicas, 58% dos lares com TV recebem a transmissão de 11 ou mais canais e apenas 2% recebem 20 estações ou mais". Na mesma época, no Brasil, tínhamos ainda pouco mais de 100 estações de TV para chegar aos "16,59 milhões de domicílios com aparelhos de televisão, cobrindo 76.869 milhões dos 128.250 milhões de brasileiros"¹¹.

Segundo especialistas em *marketing* consultados pelo autor, o mercado publicitário estava na verdade desejoso de alternativas televisivas à Globo. A tal ponto era a disposição de anunciar em outros veículos que algumas agências adiantaram verba de anunciantes para a TV Manchete (que veio a ser uma das vencedoras da licitação) à época da inauguração da nova rede¹². Luiz Fernando Furquim, presidente da Associação Brasileira de Anunciantes, avaliando a situação do mercado com a entrada de duas novas redes, reconheceu que havia um clima de tensão quanto à competição e afirmou que o mercado estava carente de opções para os anunciantes, muitos deles afastados da TV devido aos altos custos, e concluiu: "se as novas redes fizerem uma televisão diferenciada, atingirão os anunciantes que ainda não estão no mercado"¹³.

Oito meses após a publicação dos editais, o governo anunciou o resultado da licitação (19 de março de 1981), que outorgou à TV Manchete (Editora Bloch) e ao Sistema Brasileiro de Televisão - SBT (grupo Silvio Santos) as duas novas redes. Os dois escolhidos saíram de um grupo original de nove candidatos: 1. Jornal do Brasil Ltda., assessorado por Walter Clark, ex-diretor da TV Globo; 2. Visão Rádio e TV Sociedade Civil Ltda., revista *Visão* do grupo Henry Maksud; 3. TV Manchete Ltda., grupo Adolpho Bloch; 4. Rede Rondon de Comunicações Ltda.; 5. Televisão Abril Ltda., Editora Abril (a maior do país) que edita, entre outras publicações, a revista *Veja*, de propriedade do grupo Victor Civita; 6. Rádio e TV Universitária Metropolitana Ltda., Rede Capital de Rádio, de propriedade do advogado Edevaldo Alves da Silva, ligado "a grupos políticos de extrema direita", incluindo o deputado Paulo Maluf; 7. Rede Piratininga da Rádio e TV Ltda.; 8. Sistema Brasileiro de Comunicações Ltda.; e 9. SBT - Sistema Brasileiro de Televisão Ltda., grupo Silvio Santos¹⁴.

Os nove candidatos são os oficiais, que apresentaram propostas formais, entretanto houve outros interessados, que não chegaram a apresentar propostas, tendo inclusive sua intenção anunciada pela imprensa. Esse é o caso, por exemplo, de Walter Moreira Salles, ex-ministro e presidente do conglomerado financeiro UNIBANCO, e de Roberto Medina, proprietário da agência de publicidade ARTPLAN, uma das maiores do mercado brasileiro¹⁵.

A ASSINATURA DOS CONTRATOS

Os decretos presidenciais concedendo aos dois novos concessionários as duas redes foi assinado em 25 de março de 1981¹⁶, mas os contratos entre o governo e os grupos Bloch e Silvio Santos só foram firmados em 19 de agosto daquele ano, isto é cinco meses depois dos decretos, quando, tal ato deveria ter se dado em um prazo de 60 dias. O atraso foi motivado pelas divergências entre as partes (os dois concessionários e o governo) e os antigos funcionários da Tupi. A grande questão era encontrar a figura jurídica adequada que protegesse os novos concessionários de serem declarados responsáveis pela dívida dos Associados, principalmente a de caráter trabalhista. O acordo acertado, que permitiu a assinatura dos contratos, estabelecia que os novos concessionários contratariam pelo menos 80% do pessoal técnico e artístico da antiga Tupi, assumiriam a dívida contraída pelos Sindicatos de Radialistas de Rio e São Paulo com a Caixa Econômica Federal (desde a desativação da Tupi a CEF pagou aos funcionários da Tupi o equivalente a 60% de seus salários — coube a Silvio Santos "pagar à Caixa 500 milhões de cruzeiros, enquanto os Bloch terão uma dívida de 350 milhões")¹⁷. Os radialistas e técnicos do Rio e de São Paulo também se comprometeram a não acionar na Justiça os dois grupos como sucessores da Tupi.

É importante notar que o longo período de negociações necessário para o encontro do acordo final que permitisse a assinatura do contrato foi marcado por muita tensão e acusações. O Sindicato dos Radialistas de São Paulo, por

exemplo, cobriu com uma tarja negra dois andares do prédio de seu sindicato em protesto pela concessão a Silvio Santos, "o pior empresário de TV no país, que não respeita salários, não registra funcionários, está cheio de processos aqui no Sindicato dos Radialistas"¹⁸.

Para Alberto Freitas, Presidente do Sindicato dos Radialistas de São Paulo, conceder a Silvio Santos uma das redes foi uma decisão "ilegal", "vergonhosa" e "lamentável", acrescentando que em tres meses os funcionários da Tupi contratados por Silvio Santos seriam demitidos porque "Silvio Santos declarou que tomaria essa medida depois de admitir todo o pessoal, deixando ciente inclusive o governo"¹⁹.

O Ministro das Comunicações, Haroldo de Mattos, bastante indisposto com o atraso na assinatura dos contratos ameaçou: "é um absurdo que alguém pretenda que uma empresa vá iniciar suas atividades e o faça com o passivo de Cr\$1 bilhão, e que aqueles, os inadimplentes (o grupo Associados), que não pagaram, sejam premiados com o ressarcimento de dívidas que são a eles cabem. De modo que, se essa hipótese se configurar, acabou a concessão, acabou o edital, acabou tudo. As estações não voltam ao ar". E justificou a suspensão dos pagamentos da Caixa Econômica Federal aos funcionários da Tupi: "Esses homens (os funcionários) estão recebendo para ficar em casa. A grande maioria deles já está empregada. Está recebendo duas vezes (...) quando centenas, milhares de pessoas são despedidas diariamente e ficam à míngua"²⁰.

O representante dos funcionários da Tupi em São Paulo, Humberto Mesquita, disse que o impasse "foi criado pelo próprio governo, que nunca teve coragem de tomar os bens de Condomínio, para com eles ressarcir as dívidas existentes, eliminando assim o fantasma da sucessão". O sindicato dos radialistas de São Paulo iniciou uma ação na Justiça do Trabalho contra os Diários e Emissoras Associadas "e não contra os novos concessionários", e em nota oficial acusou o governo de "complacente com os maus patrões e com isso poderá punir os futuros concessionários". Os radialistas também lembraram que o Condomínio Associado ainda tinha, depois da perda dos 7 canais de TV, "39 emissoras de rádio em operação, duas de televisão, seis emissoras 'biônicas' (em nome de parentes próximos dos condôminos), vários jornais, o terreno do Sumaré, a torre de TV, o equipamento, o prédio da rua 7 de Abril e outro terreno na rua Álvaro de Carvalho, sem contar os bens particulares dos condôminos, mais que suficientes para pagar todo o passivo desde que o governo esteja disposto a cobrar a dívida existente"²¹.

Para Luciano Fuzer, presidente do Sindicato dos Radialistas do Rio, que via todo o quadro muito confuso, o que havia "de concreto é que, até agora, o governo não puniu o Condomínio Diários Associados, como se falou tanto no início da confusão. Todo mundo sabe que o prédio da Urca (sede da Tupi no Rio) está funcionando como uma produtora comercial. Todo mundo sabe que os empregados estão re-

cebendo por meio de vales sem efeito jurídico, de modo tal que nem o sindicato tem condições de controlar o faturamento deles. E o pessoal que está agindo assim é o mesmo de antes. Que mais podemos fazer?"²².

Os novos concessionários (Bloch e Silvio Santos) tinham como preocupação não ficar responsáveis pela dívida do grupo associado: "a antiga Rede Tupi de Televisão de São Paulo deve ao IAPAS um bilhão e setecentos milhões de cruzeiros, bem como noventa milhões de cruzeiros à Bosch e RCA, enquanto o Jornal do Comércio, a antiga revista 'O Cruzeiro' e Rede Tupi do Rio devem 700 milhões de cruzeiros ao IAPAS, mais os compromissos salariais em atraso e indenizações, num total de 300 milhões somente em São Paulo"²³. Além disso, os condôminos Edmundo Monteiro e Armando de Oliveira reclamaram pagamento de salários no valor de Cr\$ 25 milhões, que provocou a nota do diretor dos Associados, Paulo Cabral, observando que ambos "foram diretores por mais de 30 anos da rede em São Paulo e eram patrões e não empregados. (...) não permitindo inclusive que fossem feitas auditorias regulares nas empresas administradas por eles"²⁴. Em dado momento era tão grande o desacerto que os advogados dos dois novos concessionários chegaram a afirmar que estavam diante de "uma mistura de abacaxi gigante com elefante branco"²⁵.

Além dos problemas já descritos, houve também questões de ordem jurídico-legal-políticas levantadas quanto à escolha dos concessionários. Os deputados Audálio Dantas (PMDB-SP), Adhemar Santillo (PMDB-GO) e Cristina Tavares

(PMDB-PE) consideraram que o resultado da licitação dos canais "contrariava a legislação de radiodifusão e a própria Constituição" e que "os métodos empregados para as concessões não são aqueles que atendem aos interesses da nação, mas, sim, ao grupo que eventualmente ocupa o poder — o tráfico de influências se sobrepõe às exigências técnicas e legais"²⁶. Os três parlamentares convocaram o Ministro para que prestasse esclarecimentos. Em depoimento ao autor, a deputada Cristina Tavares confirmou que o Ministro não foi à Câmara e explicou que na época o regimento da Câmara era muito favorável ao Poder Executivo, tornando possível as manobras que impedissem a ida de Ministros quando não era interessante ao Executivo. Ela lembrou a criação de uma CPI (Comissão Parlamentar de Inquérito) para examinar aquelas concessões e ressaltou a inexistência de documentos oficiais comprobatórios do tráfico de influências.

A denúncia de que, no caso Bloch, estava sendo desrespeitado o Código Brasileiro de Telecomunicações que determina que os diretores e gerentes sejam brasileiros natos²⁷, Oscar Bloch Siegelman, vice-presidente da organização Bloch, explicou que "quem ler a proposta apresentada para a concorrência verá que tudo está dentro da lei. Adolpho Bloch não é sócio-gerente, mas sócio-cotista, o que não impede que ele seja a alma dessa nova empresa"²⁸.

Segundo o Código Brasileiro de Telecomunicações, é proibido a uma mesma pessoa "participar da direção de mais de uma concessionária ou permissionária do mesmo tipo de serviço de radiodifusão, na mesma localidade"²⁹. Sil-

vio Santos já possuía uma televisão no Rio (TVS que entrou em funcionamento em 14 de maio de 1976) e era sócio de uma outra em São Paulo, a TV Record. Isto é, participava da direção de concessionárias tanto no Rio como em São Paulo, ficando, portanto, tecnicamente impedido de concorrer a novas concessões nessas cidades. Mas o Ministério das Comunicações não entendeu que houvesse conflito legal e explicou o Ministro Haroldo de Mattos: *"o Sistema Brasileiro de Televisão não tem um canal de televisão no Rio de Janeiro; quem tem um canal no Rio de Janeiro é o empresário Silvío Santos, que não participa do Sistema Brasileiro de Televisão"*²⁰.

É ainda Alberto Freitas, presidente do sindicato dos radialistas de São Paulo, quem insiste: *"é mais do que sabido que a TV Record de São Paulo e a TVS do Rio são do mesmo Grupo Silvío Santos. Ma ele está concorrendo, só que sob o nome de sua cunhada, Carmen Abravanel (...). É impossível o governo negar desconhecer que a concorrente é cunhada de Silvío Santos"*³¹.

O envolvimento de Silvío Santos, ou Senhor Abravanel, com as televisões já existentes no Rio e em São Paulo era tão evidente que junto com a proposta do SBT, o empresário encaminhou uma carta ao Ministro das Comunicações propondo que na eventualidade de ganhar as concessões pleiteadas, se comprometia a se desfazer do canal de TV que possuía no Rio de Janeiro (TVS) e da participação acionária dos canais em São Paulo (TV Record), em favor de Paulo Machado de Carvalho, seu sócio na TV Record. Cópia dessa car

ta foi entregue ao Ministro Golbery do Couto e Silva, mas ela não foi considerada pela comissão do Ministério das Comunicações que examinou as propostas, pois, como explicou o Secretário-Geral do Ministério das Comunicações, Rômulo Villar Furtado, *"não fazia parte dos documentos exigidos nos editais e não constava na proposta"*³².

Em sua proposta o SBT era constituído por: Carlos Marcelino Machado de Carvalho, filho de empresário Paulo Machado de Carvalho (sócio com Silvio Santos na TV Record); Carmem Torres Abravanel, cunhada de Silvio Santos; Luciano Calegari, que trabalha com Silvio Santos; além de Elieser Patrício da Silva e João Abrão, empresários³³.

Cumprir registrar que a 19 de agosto de 1981, quando da assinatura dos contratos no Ministério das Comunicações, *"assinaram os contratos o ministro Haroldo de Matos, Senhor Abravanel (Silvio Santos), pelo SBT e Oscar Bloch, pela Manchete"*³⁴.

O JOGO POLÍTICO

A questão política, não se ateve somente à questão da escolha dos novos concessionários. Para Afonso Viana, ex-diretor comercial da Rede Tupi de Televisão³⁵, em depoimento ao autor, declarar peremptas 7 emissoras da rede foi uma ação política, mesmo reconhecendo a gravidade da situação administrativo-financeira (mas que segundo ele concentrava-se fundamentalmente em São Paulo). Viana considera que o governo resolveu terminar com a Tupi porque a cadeia de Associados era uma ameaça e a maneira eficaz de

destruí-la era começando pela rede de televisão, que era o elo mais visível da cadeia.

Viana avalia que nos últimos tempos da Tupi, a linha editorial dos Associados não era mais de apoio franco ao governo, podendo mesmo ser caracterizado de crítica³⁶. Além disso, os Associados tinham uma força de penetração que nenhum outro grupo possuía, com suas TVs, rádios, jornais e revistas, compondo um quadro nacional, mas que também respondia e atendia às necessidades locais mais diversas. E o exemplo dele para explicar essa situação é o da distribuição de jornais: enquanto o jornal O Globo, que é um dos de maior circulação do país, mas só envia "por exemplo, 10 exemplares para Boa Vista, enquanto que o jornal local Associado deve tirar "de 4 mil a 4 mil e quinhentos exemplares". É um jornal pequeno e provinciano, mas que segue a orientação nacional do grupo Associado³⁷. Julgar peremptas as concessões foi um artifício encontrado pelo governo, conclui Viana.

Para o Deputado Fernando Moraes, do PMDB, em discurso na Assembleia Legislativa do Estado de São Paulo, "a novela da concessão dos canais de televisão, sendo de autoria do governo não poderia ter outro final: o mal triunfou". Para ele, "foram escolhidos aqueles que não têm opinião alguma sobre coisa alguma" e acrescentou que "os generais do Planalto foram os autores da escolha dos vencedores da concessão; o critério foi a subserviência. Comentou também que um dos candidatos - o grupo Capital - tinha fortes laços com o Deputado Paulo Maluf, "um fiel servo de Brasília,

para o qual não é interessante, no momento, dar asas eletrônicas"³⁸.

Entretanto, a possibilidade dessas "asas eletrônicas" chegou a ser considerada pelo governo, que incentivou a negociação de alguns canais entre os grupos vencedores e o grupo Capital. "Fontes ligadas ao gabinete do ministro das Comunicações, Haroldo de Mattos, admitiram que o grupo Bloch (...) pode transferir os canais de Recife e Fortaleza para a Rede Capital, ligado ao governo de São Paulo, Salim Maluf. Admitiram também que o empresário Silvio Santos pode se desfazer de seu canal no Rio de Janeiro, já que o grupo Sistema Brasileiro de Televisão, ligado a ele, recebeu a rede cujo canal-sede fica em São Paulo"³⁹. E Oscar Bloch Siegelman confirmou que "ainda não fomos solicitados para a compra de nenhum dos nossos canais, mas todo o Brasil sabe que o desejo do governo federal era dar canais a Silvio Santos, Bloch e Rádio Capital"⁴⁰.

As indagações em torno dessa possível competição entre os três grupos tinham seu fundamento no vazamento da informação de que a comissão especial do Ministério das Comunicações designada para avaliar os candidatos às concessões teria expressado "preferência pelos grupos Abril, Jornal do Brasil⁴¹ e Maksoud (revista Visão)", naturalmente desmentido pelo Ministro que considerou que "a escolha dos vencedores não foi uma opção política, mas sim fundamentada nas experiências que eles ofereciam"⁴². "Sabe-se, no entanto, através de fontes do próprio Governo, que, após o Ministério das Comunicações ter habilitado seis grupos con

correntes às duas redes de TV — JB, grupo Visão, Abril, grupo Capital, Manchete e o Sistema Brasileiro de Televisão — (...) teve início uma grande disputa no palácio do Planalto entre os grupos interessados na concessão e já então habilitados à mesma, disputa essa que motivou uma série de reuniões à espera da Presidência da República"⁴³.

Fontes palacianas não identificadas informaram que após muita discussão e reunião foram escolhidos os grupos Manchete e Capital, mas que quando o anúncio dos novos concessionários estava para ser feito, "resolveu-se beneficiar também o grupo Silvío Santos"⁴⁴.

De acordo com o critério da "experiência", citado pelo Ministro, os finalistas no processo de seleção dos futuros concessionários foram os grupos Bloch, Capital e Silvío Santos. Como as concessões só eram duas, "diversas foram as propostas governamentais para que os três grupos formassem uma composição, entrando num acordo"⁴⁵.

O problema era que aparentemente o governo desejava dar as concessões aos três grupos e, novamente segundo fontes palacianas não identificadas, "o que está emperando esta decisão é o fato que os três grupos escolhidos para, numa composição, assumirem as duas redes, não abrem mão dos canais de São Paulo"⁴⁶. E ninguém abria mão de um canal em São Paulo porque consideravam inviável uma rede sem uma base no maior mercado consumidor do país.

As pressões eram de tal ordem que chegaram a ser feitas duas propostas para resolver o impasse: criar mais

um canal em São Paulo, mas o Ministro das Comunicações informou que não havia condições técnicas para tal; ou a sugestão de uma das partes interessadas de que "o canal da TV Gazeta de São Paulo fosse cassado e incluído nas negociações das duas redes"⁴⁷ - a sugestão foi deixada de lado.

Apesar das críticas e da polêmica e, como os cães ladram e a caravana passa, os contratos foram assinados entre os dois grupos e o governo. Aliás, cerimônia com a característica inusitada de ser transmitida ao vivo pela rede SBT, que, assim entrava no ar transmitindo o ato oficial que lhe possibilitava existir, isto é, quase como a parteira de seu próprio parto.

O grupo Bloch, após a cerimônia, ofereceu um almoço na sede da revista Manchete em Brasília, cuja lista de convidados merece destaque pelo que representavam alguns indivíduos no governo de então e o que vieram a representar nos dias de hoje. "Estiveram presentes os ministros Delfim Neto, do Planejamento, Abi Ackel, da Justiça, Ernane Galveas, da Fazenda, Rubem Ludwig, da Educação e Cultura, Amauri Stabile, da Agricultura, Haroldo Correia Matos, das Comunicações, Jair Soares, da Previdência Social, e Maximiano da Fonseca, da Marinha. Compareceram também o deputado Nelson Marchezan, presidente da Câmara dos Deputados, os senadores José Sarney, presidente do PDS, e Tancredo Neves, presidente do PP"⁴⁸.

AS NOVAS REDES: MANCHETE E SBT

O SBT entrou no ar no dia 19 de agosto de 1981, enquanto a rede Manchete só conseguiu começar a transmitir a partir de 5 de junho de 1983. A entrada no ar das duas novas redes foi caracterizada pela revista mais prestigiosa de propaganda do país como "uma das maiores batalhas pela audiência e o maior incremento da concorrência da televisão brasileira (...) as empresas beneficiadas, pertencentes aos grupos Bloch e Sílvio Santos, trouxeram ao mercado duas posturas novas, bastante diversas entre si, e agitam o panorama geral da televisão do país, que há muitos anos não sofria alteração substancial. O SBT partiu para a conquista de audiência maciça nas faixas mais baixas da escala social, enquanto que a Rede Manchete resolveu partir para o outro extremo, a classe A/B, com uma programação mais sofisticada, na tentativa de atingir uma audiência altamente qualificada. Em linhas gerais quantidade versus qualidade"⁴⁹.

Segundo Rubens Furtado, Superintendente Geral da Rede Manchete quando de sua criação, o objetivo de buscar o público pertencente às classes A/B deu certo porque 14 meses depois de iniciadas suas operações, a Rede tinha "53% da audiência nessa faixa, sendo que 26% do público que nos assiste têm curso superior". E aos que resistiam à idéia de uma rede voltada só para o topo da pirâmide social, Furtado lembra que "a realidade do mercado de consumo, onde há uma concentração da renda absoluta nas faixas de maior poder aquisitivo provou que estávamos certos. Nossa televi-

*são está voltada para a fatia da população que mais consome (...) "*⁵⁰.

Refletindo claramente a diferença de percepção de como fazer negócio com a televisão, o Superintendente de Comercialização do SBT, afirma que "*... o problema das classes sócio-econômicas é do governo, não da televisão. Mas na verdade o meu sonho como superintendente comercial do SBT é esse mesmo: liderança dessas classes, porque este afinal é um país de C e D. Não tem classe A no Brasil*"⁵¹. O ex-Vice-Presidente do SBT, Luciano Callegari, acredita que o sucesso do SBT junto às camadas mais populares da população deve-se à experiência adquirida pela equipe no Programa Silvio Santos acrescentada à de gerenciamento "*de toda uma emissora, quando o Silvio Santos comprou parte do canal 11 do Rio, em meados da década passada*"⁵².

A essa experiência, acresce-se a decisão estratégica, avaliando que a programação até então oferecida pelas outras emissoras de televisão era universal: com o mesmo estilo, só variando quanto à qualidade; posicionavam-se as redes para o universo, buscando conseguir maiores audiências. O SBT optou pela segmentação, "*dirigindo seus produtos para as classes B2, C e D1. Esta era a melhor saída para uma nova rede que desejava efetivamente conseguir uma participação de mercado significativa, não só por ser o caminho mais lógico em função da identificação que o Grupo Silvio Santos tem com essa camada mais popular, como também por ser essa a brecha não ocupada pela*

líder de mercado"⁵³.

E logo em seu primeiro dia, o SBT já deixou claro como operaria e definiu logo seu público. Após a transmissão da cerimônia de assinatura do contrato das concessões, pouco depois das 10 da manhã de 19 de agosto de 1981, o SBT pôs no ar um velho desenho do marinheiro Popeye, que foi seguido por vários outros até às 14:00, quando começou o programa "O Povo na TV", com quatro horas de duração. Os outros contratados pela TVS, a mais nova emissora brasileira naquele momento, eram os velhos conhecidos Raul Gil, Jacinto Figueira Jr (O Homem do Sapato Branco), Ferreira Neto, Moacir Franco, Airton e Lolita Rodrigues e Ranato Corte Real⁵⁴. Essa programação inicial significou, na interpretação de Meio & Mensagem, um pecado original para o SBT porque a rede teria confundido "sua proposta popular com programação popularesca, beirando a baixíssimo nível. Novelas mexicanas de segunda categoria e programas como "O Povo na TV" trouxeram um merecido repúdio de todos que esperam um mínimo de responsabilidade social e cultural de um meio tão importante como é a televisão"⁵⁵.

Concluindo nossa apresentação do perfil da TVS, ou rede SBT, citamos o comentário de Silvio Santos, quando da volta de Wilton Franco, produtor e apresentador do programa "O Povo na TV", para estreiar um outro programa chamado "Programa da Tarde", que deveria ser, de acordo com Silvio Santos, "um programa otimista, bem diferente de "O Povo na TV"; o Wilton me garantiu que não teria nada de política e que só ia levar, por exemplo, trabalhadores que

agradecessem aos patrões e vice-versa"⁵⁶. Os critérios da escolha dos concessionários e o papel que devem desempenhar na consolidação de uma visão de mundo ficam acentuados nessa declaração. É a análise dos fatos descritos neste capítulo que veremos na conclusão que se segue.

NOTAS DO CAPÍTULO IV

¹ "Como foi o processo de licitação", Folha de São Paulo, São Paulo, 20 de março de 1981.

A transferência dos canais da Tupi para outro concessionário seria técnica e legalmente possível, se realizada com a aprovação do Governo, conforme determina o Código Nacional de Telecomunicações, capítulo V, art. 38, letra c - "a transferência da concessão, a cessão de cotas ou de ações representativas do capital social, dependem, para sua validade, de autorização do governo após o pronunciamento do Conselho Nacional de telecomunicações"... É, ainda, bastante plausível especular que afora questões políticas, as dificuldades para uma possível compra dos canais pela Abril poderiam também estar em torno do complicado que seria negociar com os proprietários dos canais. Apesar de comporem uma rede, as empresas eram autônomas, em situações econômicas, fiscais, trabalhistas e legais bastante diferentes.

² Ver jornais e revistas da época. Diário Popular, São Paulo, 23 de junho de 1980; Jornal do Brasil, Rio de Janeiro, 20/06/80; Jornal do Brasil, Rio de Janeiro, 21/06/80; Jornal da Tarde, São Paulo, 17/07/80, Jornal da Tarde, São Paulo, 23/07/80; Isto É, São Paulo, 22/07/80.

³ Ver nota oficial do governo no capítulo III, nota 16.

⁴ "Decisão esperada há 8 meses", O Estado de São Paulo, São Paulo, 20 de março de 1981.

⁵ "A reforma da TV", Revista Isto É, São Paulo, 30 de julho de 1980, pp. 64 a 70. Note-se que naquela época a revista Isto É pertencia ao grupo Moreira Sales, que mostrou interesse inicial nas concessões, retirando oficialmente o edital das concorrências. Outros 11 grupos também retiraram os editais, segundo informação do Secretário-Geral do Ministério das Comunicações, Rômulo Furtado, em entrevista ao Jornal do Brasil - "Governo diz que duas novas redes de TV são equilibradas" - de 31 de julho de 1980.

⁶ "A reforma da TV", Isto É, op. cit.,

⁷ Idem

⁸ Idem

⁹ "Empresários do setor manifestam preocupação", O Estado de São Paulo, São Paulo, 20 de março de 1981.

¹⁰ TAVOLA, A. Afinal para quantas Redes Nacionais de Teve há mercado real no Brasil. O Globo, Rio de Janeiro, 11 de agosto de 1980.

- ¹¹SAMPAIO, Rafael. A TV nos Estados Unidos. O Globo, Rio de Janeiro, 26 de dezembro de 1983.
- ¹²Depoimentos de Eliseo Pires, ex-diretor comercial da MPM Propaganda, a maior agência de propaganda no Brasil, e de Maria Alice Langoni, especialista em *Marketing* e ex-funcionária daquela área do SBT.
- ¹³"Mercado de anúncios vai sofrer mudanças", Folha de São Paulo, São Paulo, 21 de março de 1981. Note-se, entretanto, que o próprio Furquim cinco meses depois, em agosto de 1981, declarou que se a TVS "tivesse surgido há 12 meses, a situação seria outra, haveria maior receptividade dos anunciantes. As verbas publicitárias vêm caindo nos últimos quatro meses. O segundo semestre é sempre um período de aquecimento da publicidade, mas isso não está acontecendo este ano e não vai acontecer mais. Teremos um crescimento menor no setor do que ti vemos no ano passado", in "São Paulo conhece hoje mais uma emissora", Folha de São Paulo, São Paulo, 19 de agosto de 1981.
- ¹⁴"Princípio e fim de uma televisão", Jornal do Brasil, 20 de março de 1981. É interessante notar que ao longo do período de oito meses que o governo levou para tomar a decisão, as especulações quanto aos ganhadores, que chegava até à imprensa, era de que o Jornal do Brasil e a Abril seriam os vencedores. A Folha de São Paulo de 25 de setembro de 1980 - "Deu JB, e a Abril só perde de gol contra" - e de 2 de dezembro de 1980 - "Quem vai ser quem na televisão de 81" - dava como certa a escolha daqueles dois grupos. Na análise do jornalista Tarso de Castro (Folha de São Paulo, de 2 de dezembro), o Grupo Maksoud, por exemplo, foi desconsiderado por estar vinculado a facções da extrema direita, "desejosos de contar com um canal para atuar politicamente", que não interessava, aos olhos dos estrategistas do governo, para aquele momento do país. Em 13 de janeiro de 1981, o mesmo jornalista da Folha de São Paulo na matéria "Para Golberi, dois são três", antecipava que os preferidos para ganhar as concessões passaram a ser Bloch, Silvio Santos e Capital porque o "General Golberi passou a ver uma possibilidade de fazer com que qualquer oposição no vídeo fosse anulada."
- ¹⁵"A reforma da TV", Revista Isto É, op. cit.
- ¹⁶Os decretos de outorga de concessões aos dois grupos, observavam o padrão estipulado pelo Código Brasileiro de Telecomunicações. Note-se também que o nome verdadeiro de Silvio Santos é Senhor Abravanel, de origem judia, porém nascido no Brasil.
- ¹⁷"Contratos de concessão de canais são assinados", in Folha de São Paulo, São Paulo, 20 de agosto de 1981.

- ¹⁸Declaração de Alberto Freitas, Presidente do Sindicato dos Trabalhadores em Empresas de Rádio e Televisão do Estado de São Paulo, "Redes ficam com Manchete e Silvio Santos", in Diário da Manhã, Goiânia, 20 de março de 1981.

A nota oficial do Sindicato dizia: "(...) Muito embora o Sr. Ministro Haroldo de Mattos tenha afirmado que os dois grupos ganhadores possuem experiência no ramo, a verdade é que o titular da pasta das Comunicações não percebeu que o vencedor da rede referente à licitação 35/80 foi dona Carmem Abravanel e não Silvio Santos e que, portanto, ela jamais esteve ligada a qualquer órgão dessa área, enquanto o Sr. Adolpho Bloch é proprietário de uma não muito promissora editora de revistas. Foram ganhadoras as duas piores propostas. A rigor, um dos ganhadores nem deveria estar participando da licitação, porque era impedido por lei. Mas, o Sr. Silvio Santos burlou a lei e entrou na concorrência com testa-de-ferro. O Sindicato dos Radialistas está de luto como de luto estão todos os trabalhadores desta área de comunicação audiovisual. (...)". in "As novas tevês", Jornal da Tarde, São Paulo, 20 de março de 1981.

- ¹⁹"Radialistas lamentam", O Estado de São Paulo, São Paulo, 20 de março de 1981.
- ²⁰"Contrato das novas TVs adiado por mais 60 dias", O Estado de São Paulo, São Paulo, 24 de junho de 1981.
- ²¹"Funcionários negam que provocam o impasse", O Estado de São Paulo, São Paulo, 23 de junho de 1981.
- ²²"Agora, a preocupação é com passivo dos Diários", O Estado de São Paulo, São Paulo, 3 de maio de 1981.
- ²³"Problemas trabalhistas e financeiros atrasam as redes de TV", Folha da Tarde, São Paulo, 26 de maio de 1981.
- ²⁴Idem.
- ²⁵"Dívida trabalhista aumenta o impasse", Jornal do Brasil, Rio de Janeiro, 9 de junho de 1981.
- ²⁶"Haroldo de Mattos será convocado", Jornal de Brasília, Brasília, 26 de março de 1981.
- ²⁷A letra a, do artigo 38, capítulo V do Código Brasileiro de Telecomunicações (Lei 4117, de 28 de agosto de 1962) diz: "Os diretores e gerentes serão brasileiros natos e os técnicos encarregados da operação dos equipamentos transmissores serão brasileiros ou estrangeiros com residência no país, permitida, porém, em caráter excepcional e com autorização expressa do Conselho Nacional de Telecomunicações, a admissão de especialistas

estrangeiros, mediante contrato, para estas últimas funções".

²⁸"Bloch também faz muitas promessas", Folha de São Paulo, São Paulo, 27 de março de 1981.

²⁹Código Brasileiro de Telecomunicações, Lei nº 4117, de 27 de agosto de 1962, capítulo V, artigo 38, letra a.

³⁰"TV: Bloch e Silvio Santos vencem", Cidade de Santos, Santos, 20 de março de 1981.

³¹"Uma denúncia: infração na concorrência das TVs", Jornal da Tarde, São Paulo, 6 de janeiro de 1981.

³²"Governo concede TVs aos grupos Bloch e Silvio Santos", Jornal do Brasil, Rio de Janeiro, 20 de março de 1981.

³³Idem.

³⁴"Contratos de concessão de canais são assinados", op. cit.

³⁵Depoimento concedido em maio de 1988.

³⁶Rubens Furtado, Diretor de Jornalismo da Tupi na época do fim da Rede, em depoimento ao autor, confirmou que pelo menos nos últimos cinco meses o jornalismo da Rede era bastante contundente. A publicação *Anos 70 - Televisão*, (op. cit.) lista algumas tentativas de jornalismo crítico e analítico na Tupi, incluindo os choques com "a conservadora direção" da Rede e cita a análise de Narciso Kalili, chefe de redação em São Paulo: "O jornalismo é o único setor da televisão que lida com o real, e o real deste país é dramático. Toda vez que alguém coloca uma posição mais definida, mais aberta, mais perto do real, mais independente e menos comprometida, a crise se instala. É só uma questão de tempo. O que fizemos durante este tempo foi resistir, falando para 1,2% da população, enquanto o aparelho todo montado falava para 88 por cento. O que não quer dizer que eles ganhassem. Falsear a realidade não foi o suficiente para que a realidade fosse alterada."

³⁷Em junho de 1980, portando um mes antes do governo declarar peremplas sete concessões Associadas, os jornais, rádios e TVs de propriedade do grupo eram os seguintes: "O Rio Branco", Acre; "Alto Madeira", Rondônia; "Jornal do Comércio", Rádio Baré, Amazonas; "A Província do Pará", Rádio Marajoara e TV Marajoara, Pará; "O Imparcial", Rádio Gurupi, Maranhão; Rádio Difusora de Teresina, Piauí; "Correio do Ceará", "Unitário", Ceará Rádio Clube, Rádio Araripe, TV Ceará, Ceará; "O Poti", "Diário de Natal", Rádio Poti, Rio Grande do Norte; "O Norte", "Diário da Borborema", Rádio Borborema, Rádio Cariri,

TV Borborema, Paraíba; "Diário de Pernambuco", Rádio Clube de Pernambuco, Rádio Tamandaré, TV Rádio Clube, Pernambuco; "Jornal Alagoas", Rádio Progresso, Alagoas; "Diário de Aracaju", Sergipe; "Diário de Notícias", Rádio Sociedade da Bahia, TV Itapoã, Bahia; Rádio Vitória, TV Vitória (Espírito Santo; "Jornal do Comércio", "Monitor Camposta" Rádio Tupi, Rádio Tamoio, Rádio Tupi FM, TV Tupi, Rio de Janeiro; "Estado de Minas", "Diário Mercantil", "Diário da Tarde", Rádio Guarani, Rádio Mineira, TV Alterosa, TV Itacolomi, Rádio Sociedade de Juiz de Fora, TV Uberaba e mais uma FM em Belo Horizonte, Minas Gerais; "Diário da Norte", Rádio Tupi, Rádio Difusora AM e Rádio Difusora FM, TV Tupi, São Paulo; Rádio Cruzeiro do Sul, Paraná; três jornais e uma rádio em Florianópolis, Santa Catarina; "A Razão", Rádio Farroupilha, TV Piratini, Rio Grande Sul; "Correio Braziliense", Rádio Planalto, TV Brasília, Brasília; "Folha de Goiás", TV Goiás, Rádio Sociedade de Goiás, Goiás; "Diário da Serra", Mato Grosso do Sul. Transcrito de "A crise na TV brasileira", "Jornal do Comércio", Rio de Janeiro, 15 a 16 de junho de 1980.

³⁸"Deputado faz críticas à concessão de canais", in. Folha de São Paulo, São Paulo, 27 de março de 1981.

Houve dois episódios (um para eliminar e outro para confirmar vencedor) que merecem registro. Nos dias em que estavam para ser resolvidas as concessões, a revista VEJA deu uma matéria que atacava o governo e aí, como relatou Rubens Furtado (ex-diretor-geral e diretor de jornalismo da Rede Tupi e ex-diretor-geral da Rede Manchete, entrevistado pelo autor), foi o fim das pretensões da Abril. O outro episódio é com a Bloch. Já estaria tudo acertado que ela seria uma das vencedoras (a decisão foi anunciada em março, mas havia sido tomada semanas antes, segundo alguns jornais da época - período utilizado justamente para as negociações entre os grupos Bloch, Silvio Santos e Capital, como veremos adiante, neste capítulo) quando a revista Manchete sobre o Carnaval de 1981 apresentou fotos consideradas pornográficas e o Presidente Figueiredo decidiu que não daria mais a concessão aos Bloch. Foi necessária a ida de Oscar Bloch à Colômbia onde Figueiredo estava em visita oficial, para, com o apoio do General Otávio Medeiros, conseguir com que o Presidente voltasse atrás. A conversa de Bloch e Figueiredo se deu durante a recepção oferecida pelo Presidente colombiano e "ao fim da festa a Manchete já tinha assegurada a sua rede de televisão", segundo relatou a Folha de São Paulo de 20/03/81 na matéria "Como foi o processo de licitação".

³⁹"TV: Bloch e Silvio Santos vencem", op. cit.

⁴⁰"Bloch também faz muitas promessas", op. cit.

⁴¹ Sobre isso, José Antonio Nascimento Brito, Diretor Executivo do Jornal do Brasil, comenta: "o Jornal do Brasil e a editora Abril, depois de chamados pelo governo para participar da concorrência, foram punidos, por razões políticas. Nenhuma das duas empresas eram consideradas 'confiáveis' politicamente e por isso não ganharam a rede. O interessante é que o governo nos chamou alegando sua preocupação com a Rede Globo, que estava grande demais". "JB e Havelange adquirem 80% da TV Record do Rio", Jornal do Brasil, Rio de Janeiro, 29 de setembro de 1985.

Roberto Civita, diretor da editora Abril, por sua vez, diz que "os militares acharam que não era oportuno nos dar uma concessão naquele tempo. Então não tivemos concessão até acabar o período autoritário". Depoimento a MATIUSSI, D.et. alli. "O dono da Veja, Exame, Playboy Nova...". In: Imprensa, ano I, nº 8, São Paulo, Feeling Editorial, abril de 1988, p. 47.

⁴² "SBT e Manchete ficam com as TV", DCI-Diário Comércio e Indústria, São Paulo, 20 de março de 1981.

⁴³ "TV: Bloch e Silvio Santos vencem", op. cit. Sobre as pressões dos concorrentes para ganharem as concessões, note-se as declarações de Silvio Santos, transcritas abaixo sobre seu caminhar para conseguir uma rede de televisão. Atenção para o último parágrafo que trata especificamente do período em questão:

"P: Como você chegou a dono de televisão?

R: Eu tinha um horário comprado na organização Victor Costa, nos anos 60, o programa cresceu, batia até o Roberto Carlos. Aí veio a Globo e comprou a emissora. Eu era um dos 10 programas de maior audiência da TV Brasileira. O Boni da Globo quis que eu saísse, não era política da Globo ter concessionário. Eu fazia o programa Silvio Santos e o Cidade Contra Cidade. Tinha também a TV Studios daí (TVS) na Vila Guilherme, produzimos uma novela para a Record e fomos à falência. Gastamos todo o dinheiro que tínhamos. Eu estava na Tupi e na Globo, então. Bom, a Globo não queria renovar. Fizemos uma reunião, Globo, Tupi, Record e Bandeirantes, e fizeram um convênio para me tirar da televisão como concessionário. Mas como sempre tem um que fura o acordo, o Paulinho Machado de Carvalho me chamou e me ofereceu as ações do Pipa, tio dele, na Record: 50%. Mas o Grupo Gerdau comprou primeiro, para dar de presente ao Nascimento Brito, do Jornal do Brasil.

P: E você ficou sem TV?

R: Não, tive sorte, imagine só. O Roberto Marinho me telefonou e disse: "Escuta, não compra as ações do Pipa que eu faço o contrato do jeito que você quiser na Globo. Eu não tinha comprado nem ia poder

comprar, mas o Marinho não sabia e eu fechei o negócio com ele. Pura sorte. No entanto, ele me obrigou a aceitar uma cláusula: ele me dava cinco anos na Globo, mas se eu comprasse ações ou participasse de qualquer concessão de televisão pagaria uma multa que não tinha tamanho.

P: Parece que eles não queriam que você se tornasse proprietário de TV.

R: Não sei, isso é machismo. O meu negócio não é ser dono mesmo, é ser animador. O meu negócio é aparecer no vídeo, vaidade. Vender carne, trabalhar.

P: É vaidade mesmo?

R: Claro que é! E não é vaidade? Eu vou lá me matar nove horas e não é vaidade?

P: Bom, e depois disso?

R: Entrei numa concessão mais tarde, no Rio, o ministro das Comunicações era o Higino Corsetti, mas ele nem me recebeu. Não ganhei. Ganhou o Jornal do Brasil.

P: Que não conseguiu pôr a TV no ar e perdeu a concessão.

R: O Nascimento Brito mandou o pessoal dele em São Paulo ver a Record, que o grupo Gerdau queria dar para ele, mas brigava muito com o Paulinho e desistiu. O Gerdau não tinha o que fazer com as ações e então eu comprei em nome de Lucita Gordinho, para não pagar aquela multa ao Roberto Marinho. Foi então que o Mauro Salles me procurou oferecendo a Rádio Tupi do Rio. Fomos falar com o Golbery.

P: Você já conhecia o pessoal do governo?

R: Nada, ninguém. Fui lá porque o Mauro Salles ligou para mim. Eu também não conhecia o Mauro Salles. Fomos do Rio. Aí entrou um caramada de marron na sala e falou assim: "Abravanel, como vai?" Só podia ser da Escola de Paraquedistas. Era o Délio Jardim de Mattos. O Golbery me perguntou porque eu não entrava numa concessão de TV. Bom, antes disso eu já tinha ganho a concessão do Rio, o Euclides Quandt de Oliveira me deu. Mais as ações da Record compradas. Eu não sabia que podia entrar em concessão de novo e perguntei. O Golbery disse que podia sim.

P: E o Roberto Marinho, cobrou a multa?

R: Chamou para cobrar, mas disse que sabia que eu não tinha dinheiro e não ia cobrar. Combinamos um prazo para eu sair da Globo e eu saí. Fiquei na Record e ia fazer programa na TV Rio, mas acabei conseguindo a Tupi, que era uma grande rede.

P: É verdade que o Dom, da dupla Dom e Ravel, o ajudou a ganhar a concessão?

R: Naquele mesmo dia, em Brasília, o Délio me pediu que ajudasse o Dom e o Ravel, mas eu achava que eles eram comunistas. O Délio disse que não, eram de

confiança. Então concordei em ajudar. O Dom me disse que era mesmo amigo do Délio. Ele trabalhou para mim como relações públicas na área militar, mas eu durante 16 meses só paguei a ele como jurado do meu programa. Agora está movendo uma ação contra mim e vai ganhar, fazer o quê? Paguei como jurado, não como relações públicas. Se ganhar na justiça, pago de novo. O José Renato, que era do meu juri, primo de dona Dulce Figueiredo, foi relações públicas na área do presidente Figueiredo. E eu atuei nas outras. Trabalhamos só os três pela concessão, ninguém mais. Ninguém acreditava que a gente ia ganhar. A concessão foi ganha em nome de Carmen Abravanel e Paulito Machado de Carvalho, os nomes estavam lá, foi honesto. O Paulo Machado de Carvalho desistiu e até hoje estou me virando. São 44 estações.", in "A Verdadeira vida de Silvio Santos", O Estado de São Paulo, 18 de outubro de 1987.

⁴⁴"Grupos que disputam redes de TV preocupadas com volume da dívida", Folha de São Paulo, São Paulo, 7 de março de 1981.

⁴⁵"TV: Bloch e Silvio Santos vencem", op. cit.. O grupo Capital já era proprietário do canal 8 do Distrito Federal - TV Capital - e seu quinhão na partilha seria o canal 9 do Rio (integrante da rede concedida a Silvio Santos, mas este já era proprietário, desde 1976, da TV S, canal 11, também no Rio, podendo portanto se desfazer de um canal) e a negociação pelo controle acionário da TV Record, de São Paulo, de propriedade de Silvio Santos (49%), Paulo Machado de Carvalho Filho (49%) e Raul Duarte, homem de confiança dos Machado de Carvalho (2%). Se tal negociação desse certo, o grupo Capital teria estações de TV em Brasília, Rio e São Paulo. Dados obtidos em "As novas tevês: em São Paulo a partilha dos canais" (entrevista de Arnold Fioravante, diretor da rede Capital de Comunicações), Jornal do Brasil, Rio de Janeiro, 06 de abril de 1981.

⁴⁶"Grupos que disputam redes de TV preocupadas com o volume da dívida", op. cit.

⁴⁷Idem.

⁴⁸"Contratos de concessão de canais são assinados", op. cit. grifo nosso.

⁴⁹MARCONDES, Pyr. *A linha de programação: uma guerra de estratégias*, in Meio & Mensagem Informe Especial nº 25.

⁵⁰Idem, p. 15.

⁵¹SBT quer alcançar liderança com campanha da W/GGK, Folha de São Paulo, São Paulo, 13 de novembro de 1987.

⁵² MARCONDES, Pyr, op. cit. p. 15. Quanto à referência à "experiência adquirida pela equipe no Programa Silvio Santos", note-se que o SBT é a única rede que nasceu de um programa de televisão (e não ao contrário, que é comum), pois o Programa já existia desde 1974 e já havia sido produzido pela mesma equipe de Silvio Santos, ao longo de sua história e levado ao ar por diferentes emissoras.

⁵³ A segmentação do mercado com base no consumidor - Sistema Brasileiro de Televisão, mimeo., s/data, sem numeração de páginas, s/indicação de autor, distribuído pelo SBT e pela ADVB. Note-se ainda que esse mesmo estudo de caso apresenta tabela do IBOPE (agosto de 1983) que revela que as audiências do SBT e da Globo têm aquelas características, mas as diferenças por faixas são relativamente acentuadas, de acordo com a praça. Veja-se a tabela reproduzida abaixo:

Cidade	Total de telespectadores	Sexo		Classe Sócio-econômica			
		M	F	A	B	C	D
São Paulo							
SBT	100%	41%	59%	3%	27%	46%	24%
Globo	100%	41%	59%	5%	33%	42%	20%
R. de Janeiro							
SBT	100%	40%	60%	3%	33%	42%	20%
Globo	100%	39%	61%	4%	33%	37%	26%
Porto Alegre							
SBT	100%	43%	57%	12%	30%	38%	20%
Globo	100%	60%	15%	35%	35%	33%	17%
Salvador							
SBT	100%	39%	61%	5%	23%	34%	38%
Globo	100%	39%	61%	7%	26%	37%	30%
Curitiba							
SBT	100%	42%	58%	11%	24%	37%	28%
Globo	100%	43%	57%	15%	29%	34%	22%

⁵⁴ "Nova tevê, com velhas imagens", o Estado de São Paulo, São Paulo, 20 de agosto de 1981.

⁵⁵ BORGNETH, Luis Sérgio. Meio & Mensagem, São Paulo, 5 de outubro de 1987, p. 6.

⁵⁶ "A TVS pretende demitir mais de cem empregados", O Estado de São Paulo, São Paulo, 12 de abril de 1984.

CONCLUSÃO

"Um dos problemas com a escrita é que ela viaja de um lugar a outro. Ela chega às mãos de pessoas que não têm nada a fazer com ela. Desenvolve uma espécie de conhecimento, uma espécie de vida por conta própria".

Platão

Pretendemos com esta dissertação demonstrar a íntima relação da comunicação com o poder, através do exame do episódio das concessões das novas redes de TV em 1981.

Trataremos, nesta parte final da dissertação, das questões levantadas na introdução quanto à multiplicação dos meios de comunicação (no caso específico, duas novas redes de televisão) pelo Estado. Isso será feito, em base ao referencial teórico exposto no capítulo I e à avaliação, com interpretação dos dados e referências dos capítulos II, III e IV.

Como vimos no capítulo II, em 1980, quando foi decidido o fechamento da Rede Tupi de Televisão, o país estava iniciando a transição de um regime militar, ditatorial para o que se pretendia um Estado de direito, democrático. Aquela fase de transição ocorria em meio à grave situação econômica pela qual passava o país: recessão e inflação.

O fim do governo Figueiredo, sabia-se, não seria mais marcado, como o de seus antecedentes, pela eleição por via indireta de um general para a presidência da República. Os indivíduos que viessem a ser candidatos a presidente refletiriam a disputa entre frações da classe dominante.

Tinha-se, então, uma situação de crise econômica e social e um crescente desgaste político. Se já não era mais possível usar a repressão e a coerção como foi feito nos anos 70 era pois necessário abrir caminhos no campo da direção para tentar manter o controle hegemônico, de modo a manter "cimentados" os vários segmentos da sociedade.

O Brasil já dispunha naquela época de uma excelente rede de telecomunicações, que permitia a comunicação instantânea de praticamente qualquer parte dos países com uma outra no extremo oposto. O rádio e a televisão eram os veículos para essa comunicação. E a televisão, "o maior veículo de comunicação de massa do país", construía a nossa "aldeia global".

A televisão estava estabelecida no país há já 30 anos, com estações locais de TV e duas redes significativas: Globo e Tupi, com estações que iam do extremo norte ao extremo sul do país. A Tupi, a pioneira, enfrentando problemas com seu estilo administrativo anacrônico. A Globo, em ascensão, com tecnologia avançada e estilo administrativo moderno, com ênfase à produtividade e eficiência.

Enquanto a Tupi, do grupo Diário Associados, estava mais ligada a capitais da fase do desenvolvimento do capital industrial no Brasil e nascera na época do bloco histórico populista, a Globo já nasceu sob o novo bloco histórico modernizante/conservador¹, expresso na associação do capital internacional, capital nacional e Estado, sendo uma das faces mais legítimas desse tripé, que foi se

consolidando a partir de 1964, e ganhando o controle da sociedade brasileira.

A Rede Tupi de Televisão foi extinta em 1980 em decorrência de uma situação complexa que incluía desde o estado de dívidas muito grandes com a Receita Federal e a Previdência, greve dos funcionários que não recebiam há meses seus salários e injunções políticas. Segundo depoimentos de dois ex-diretores da Rede Tupi, ouvidos pelo autor, a questão das dívidas era praticamente restrita às empresas de São Paulo, a alegação de que as concessões de todas as sete empresas julgadas peremptas estavam vencidas era incorreta, pois várias já teriam tido sua situação legalizada quando do decreto de julho de 1980, a também alegada insolvência das empresas foi veementemente contestada, pois pelo menos as TVs de Belo Horizonte e de Recife sempre foram superavitárias, o acampamento dos funcionários grevistas em frente ao Congresso Nacional (a alegada gota d'água para que o Presidente Figueiredo tomasse a decisão de cassar as emissoras) e mesmo líderes do movimento estariam sendo subvencionados por um eventual candidato (e ganhador) às concessões, sem falar do interesse de figuras importantes do governo da época de passar os canais que eram da Tupi para o grupo proprietário da Editora Abril².

A Abril perdeu a possibilidade da transferência, como também a eventual licitação, apesar de ter "padrinhos" com muita força como o general Golbery do Couto Silva e o Ministro Saïd Faraht.

Saber da situação heterogênea (fiscal, trabalhista, legal e financeira) das empresas cassadas nos leva a perceber que pelo menos em parte o número de canais disponíveis nas concessões das duas redes em 1981 foi estabelecido artificialmente para permitir composições de interesse do grupo dirigente. Senão vejamos: o critério de empresas insolventes e em situação ilegal era aplicável somente a parte dos canais e pelo menos uma outra emissora que estava de fato em situação legal comprometedoras foi deixada de fora do processo de perempção. Aos sete canais foi-se buscar outros dois - há muito cassados e/ou falidos - no Rio e em São Paulo para que justamente se pudesse compor duas redes, com canais, cada uma, nas duas principais cidades do país.

E mesmo assim, com nove canais disponíveis, agrupados em duas redes de quatro e cinco canais, respectivamente, ainda foi necessário muita negociação porque os grupos que deveriam ser aquinhoados com as TVs eram três e não dois - Capital, Silvio Santos e Bloch - chegando-se mesmo a pensar em cassar uma outra emissora paulista - TV Gazeta - para que se pudesse fazer uma outra divisão de canais pelos três grupos, como vimos no capítulo anterior.

Depois do exame das propostas dos nove candidatos originais, três foram eliminados por falta de condições técnicas e/ou financeiras para levar adiante projeto da envergadura de montar uma rede de televisão. Dos seis finalistas, três foram posteriormente eliminados (Jornal do Brasil, Abril, Visão) sem a apresentação das razões para

tal (na verdade essa justificativa não é uma exigência legal) e três foram consideradas como finalistas: Bloch, Silvio Santos e Capital.

A especulação para a eliminação de JB, Abril e Visão, em todos os jornais da época, era a de motivos políticos. Além das citações já feitas no capítulo IV, acrescentamos as observações do deputado Helio Duque (PMDB - PR) quanto ao episódio que estudamos. Para ele o processo de concessão dos canais foi uma *"ação entre amigos do Palácio do Planalto"* e que *"o autoritarismo está(va) a dispor de uma propriedade pública não para informar, mas para submeter a sociedade à informação dirigida e conduzida por grupos palacianos"*³.

O Diretor Executivo do Jornal do Brasil, José Antonio do Nascimento Brito, considera que tanto sua empresa como a Abril não foram as escolhidas, *"depois de chamados pelo Governo para participar da concorrência, por razões políticas"* porque nenhuma das duas empresas *"eram consideradas confiáveis politicamente"*. Nascimento Brito observou também que o Governo os havia chamado *"alegando sua preocupação com a Rede Globo, que estava grande demais"*⁴.

Na avaliação do velho homem de televisão, Rubens Amaral, primeiro diretor-geral da rede Globo, participando do planejamento, instalação e inauguração do canal 4 do Rio de Janeiro, *"a legislação estabelece as condições, mas isso é matéria formal. O critério há de ser sempre político, naturalmente"*. Ele considera que o episódio das con-

cessões de 1981 prova isso com a eliminação do grupo Abril e do Jornal do Brasil, *"muitas vezes em posição nitidamente oposta aos pontos de vista do Governo"*. Rubens Amaral considera que Silvio Santos atuava nas faixas populares, dotadas de potencial eleitoral e que *"se deixarem, a televisão elege, fácil, qualquer candidato: ainda mais num país pouco politizado como o nosso. Uma decisão governamental leva em conta tais fatores"*⁵.

Que o ato de conceder concessões de exploração de canais de televisão é uma decisão política não paira a menor dúvida. Da maneira como tem sido até agora - *"a outorga da concessão ou autorização é prerrogativa do Presidente da República..."*, capítulo V, art. 34, parágrafo 1º, do Código Nacional de Telecomunicações - a decisão tem somente levado em consideração os interesses do grupo representado por aquele que senta na cadeira de Presidente da República⁶.

Entretanto, o titular do cargo de Presidente da República não é um ser imune às pressões. Ao contrário, ele ocupa aquele assento como resultado da composição de forças em uma dada conjuntura. Assim é que os interesses contraditórios daquelas forças são refletidos nas ações presidenciais, mesmo aquelas fundamentalmente de caráter pessoal.

No caso que estudamos - as concessões de 1981 - o apoio dado pelos que estavam próximo ao Presidente, aos finalistas com possibilidade de ganhar as concessões, ex-

pressava-se da seguinte maneira⁷:

Grupo Adolpho Bloch (Manchete), um dos vencedores, tinha o apoio do Ministro da Fazenda, Ernane Galveas, e do Ministro-Chefe do SNI, General Otávio Medeiros;

Grupo Silvío Santos (SBT), o outro vencedor, tinha o apoio de D. Dulce Figueiredo, esposa do Presidente da República e do Gabinete Militar;

Grupo Capital tinha o apoio do Ministro Delfim Netto, do Planejamento, e do Governador Paulo Maluf, de São Paulo, que veio a ser o candidato do sistema à Presidência da República na disputa no Colégio Eleitoral que se reuniu em 1984.

Para que se entenda o forte impacto do elemento político nesse processo em particular, é importante não perdermos de vista que 1981 era um ano pré-eleitoral e que no ano seguinte começava um ciclo de eleições para governadores de todos os Estados, vereadores, prefeitos, deputados estaduais e federais, revelando o cuidado do governo em entregar as redes a empresas que, se não fossem suas aliadas, pelo menos não fossem opositoras. O histórico da linha editorial das publicações Bloch e dos programas do animador/empresário Silvío Santos indicavam esses dois grupos como atendendo àquela consideração.

Nessa mesma linha de raciocínio, entretanto, cabe unir pontos registrados em diferentes partes desta dissertação. Em 1980/81 o regime que havia sido imposto aos brasileiros de início com o apoio de vários segmentos da

sociedade, já perdia sustentação. A organização dos grupos em oposição aos detentores do poder e mesmo as pressões externas foram tornando inviável a aplicação dos instrumentos de coerção. A demanda por maiores liberdades e a institucionalização da democracia eram crescentes; as facções que detinham o poder já não estavam todas coesas, tornando-se, inclusive, clara a disputa entre elas, à proporção que nos aproximávamos da escolha dos candidatos à eleição presidencial, através do Colégio Eleitoral.

Era, pois, naquele momento de crise de hegemonia, de interesse dos grupos no poder que novas (e confiáveis) vozes surgissem no universo da comunicação social brasileira. Inclusive era ainda mais interessante que essas vozes se dirigissem a públicos diferentes de maneira a cobrir o mais amplo espectro possível da sociedade. Quanto a esse ponto chamamos atenção para as declarações, citadas no capítulo IV, dos diretores das redes Manchete e SBT, quanto à decisão dessas redes de dirigir suas programações aos públicos A/B e C/D, respectivamente.

Sobre isso, a deputada Cristina Tavares, relatora da sub-comissão de Comunicação e Tecnologia da Constituinte e que acompanhou de perto o episódio das concessões de 1981, crê que houve a preocupação de distribuir as redes de forma a abraçar mais amplamente a sociedade brasileira: "*a TV Globo atingindo a classe média e Sílvia Santos o povo*"³.

Neste ponto repetimos Antonio Gramsci para ten-

tar iluminar um pouco mais a questão da multiplicação dos meios de comunicação em momentos de crise de hegemonia: o exercício da hegemonia se dá através do equilíbrio variado entre força e consenso, "procurando obter que a força apareça apoiada no consenso da maioria, expresso pelos chamados órgãos de opinião pública - jornais e associações - os quais, por isso, em determinadas situações, são artificialmente multiplicados"⁹.

Cremos que já naquela fase de 1980/81, o bloco histórico vigente dava sinais, que se tornaram mais evidentes nos anos subsequentes, de que exercer a hegemonia estava se tornando mais difícil: a crise dos partidos políticos, sua multiplicação e constantes crises internas, a pouca credibilidade do governo, a instabilidade no Congresso e a crise de ordem moral que foi se abatendo sobre toda a sociedade eram alguns indícios. Esses temas passaram a fazer parte do noticiário dos meios de comunicação, dos discursos dos políticos e do cotidiano das pessoas. Isto é, permeavam toda a sociedade brasileira. E é ainda Gramsci, na introdução à análise da crise na França após a Primeira Guerra Mundial, quem nos dá confirmação dessas características como indicadoras de crise de hegemonia: "no período do pós-guerra o aparelho hegemônico se divide e o exercício da hegemonia torna-se difícil e aleatório. O fenômeno é apresentado e tratado sob vários nomes e em aspectos secundários e derivados. Os mais triviais são: crise do princípio de autoridade e dissolução do regime parlamentar. Naturalmente, do fenômeno são se descrevem as manifestações

'teatrais' no terreno parlamentar e do governo político, manifestações explicadas extamente através da falência de alguns 'princípios' (parlamentar, democrático, etc.) e da 'crise' do princípio de autoridade. A crise manifesta-se, na prática, na sempre crescente instabilidade dos próprios governos e na sempre crescente dificuldade de formar os governos; ela tem a sua origem imediata na multiplicação dos partidos parlamentares e nas crises internas permanentes de cada um destes partidos (isto é, verifica-se no interior de cada partido tudo o que se verifica em todo o Parlamento; dificuldades de governo e instabilidade de direção). As formas deste fenómeno, são também, em certa medida, de corrupção e dissolução moral: cada fração de partido acredita possuir a receita infalível para contornar o enfraquecimento do partido no seu conjunto, e recorre a todos os meios para assumir a sua direção ou, pelo menos, para participar da direção, da mesma forma que no Parlamento o partido pensa que deve ser o único a formar o governo para salvar o país ou, pelo menos, pretende, para apoiar o governo, participar dele o mais amplamente possível"¹⁰.

Apesar das realidades inteiramente diferentes e épocas distintas, e do risco de comparar sob essas condições, a identificação das expressões de crise hegemônica daquela França são úteis para a nossa própria identificação da crise de hegemonia no Brasil dos anos 80. Preocupação quanto à 'crise do princípio de autoridade' e a institucionalização do regime, debates sobre a falência de princípios e a crise moral, as articulações nos partidos para

compor com o governo e o chamado fisiologismo estavam já presentes em 1980 e se acentuaram nos últimos tempos. Todas as manifestações "*teatrais no terreno parlamentar e do governo político*" da crise de hegemonia. Uma maneira de enfrentá-la, para um Estado que reconhecia a importância da comunicação social era, a nosso ver, aumentando o número de vozes alinhadas com o governo, na busca da aparência do consenso, necessário para justificar a força.

A importância da comunicação social já era reconhecida pelo bloco modernizante-conservador, que conquistou o Estado brasileiro, desde antes de 1964. O golpe militar daquele ano foi precedido de uma planejada e cuidadosamente executada campanha de formação de opinião pública, descrita e interpretada por Dreifuss: "*a partir de suas diretrizes políticas e de sua ação, a elite orgânica (...) sentia a necessidade de uma atividade ideológica que levasse ao estabelecimento de sua hegemonia dentro da classe dominante, como um meio de subir ao poder, (...) e também para alcançar a contenção das classes subordinadas e a exclusão dos interesses tradicionais*"¹¹.

A ação ideológica e social, como descreve Dreifuss, que antecedeu o golpe de 1964 foi caracterizada por sua amplitude geográfica e variedade de material de forma a atingir diferentes grupos na sociedade através de publicações, artigos em jornais e revistas, debates e discursos de personalidades artísticas, religiosos, nomes importantes da economia, ciência, política e cultura no rádio e televisão

para preparar o terreno e identificar apoio ao golpe de 64, que estava a caminho.

Uma vez conquistado o Estado, a contenção ideológica era exercida através de campanhas nos meios de comunicação e de ações coordenadas políticas e militares, como vimos no capítulo II. Entre os militares, que ocupavam o Governo, o conceito de comunicação era o do Manual Básico da Escola Superior de Guerra¹² que diz que ela se constitui no *"instrumento pelo qual se dá a interação e o vínculo próprio para a difusão de correntes de opinião, (sendo) óbvia a sua influência sobre a expressão política"*. Nesse mesmo Manual, os meios de comunicação são vistos como *"um instrumento poderosíssimo para a célebre e padronizada difusão de idéias, criação de estados emocionais, alterações de hábitos e atitudes. Bem utilizados pelas elites, constituir-se-ão em fator muito importante para o aprimoramento dos componentes da Expressão Política; utilizados tendenciosamente, podem gerar e incrementar inconformismos"*¹³.

A relevância dos conceitos do Manual Básico da ESG para nosso estudo é acentuado se considerarmos que a *ideologia da segurança nacional*, forjada na Escola Superior de Guerra, serviu como fundamento para a ação do governo no período pós 1964, especialmente no que diz respeito à formação de opinião: é necessária *"uma estrutura de comunicação social, na missão de esclarecimento e orientação da opinião pública quanto às ações desenvolvidas pelo Governo; A Comunicação Social deverá promover a participação de todas as categorias sociais não apenas com vistas ao Desen-*

volvimento, mas também relativamente às tarefas da Seguran
ça Nacional"¹⁴.

Um dos órgãos do governo que atuava como uma espécie de curador mor da doutrina da Segurança Nacional (aliás, filho dessa doutrina) era o Serviço Nacional de In
formações (SNI). Na época das concessões seu chefe era o General Otávio Medeiros, "que teve particular influência na decisão final, favorecendo a tese considerada mais comum no Palácio do Planalto de que redes de televisão, mesmo co
mo concessão do governo suscetível a cassação, não deveriam ser entregues a grupos interessados em jornalismo informa
tivo e político, com a independência permitida em lei (pou
que em vista disso poder-se-ia tornar críticos do governo). Ter-se-ia optado então pelo otimismo, pelo descompromisso e pela segurança dos amigos supostamente fiéis ao gover
no"¹⁵.

Quanto à questão das condições materiais para a criação de duas novas redes, há que considerar alguns núme
ros, que em rápidas pinceladas, indicam o volume do inves
timento publicitário no Brasil.

O Brasil é o quinto maior país do mundo em exten
são territorial, tem a sexta maior população e era o déci
mo maior PNB no início da década de 1980. Em 1982, dos 125.362.000 habitantes, apenas 43.796.763 eram economica
mente ativos; dados de 1984 mostram que somente 3% da popu
lação ganham mais de 20 salários mínimos, 7% entre 10 e 20 salários mínimos, 14% ganham entre 5 e 10 salários, 32%

percebem entre 2 e 5 salários mínimos e 44% ganham no máximo dois salários mínimos. Em 1986 foram gastos no Brasil 2.452 milhões de dólares em verbas de propaganda (US\$18,52 per capita), nos EUA essas verbas foram da ordem de 94.750 milhões de dólares, ou seja, 393,11 dólares per capita. No Japão, segundo maior mercado, foram gastos 12.809 milhões em propaganda (106,13 dólares per capita) e na Espanha (10º mercado) o gasto total com propaganda foi de 1,671 milhão de dólares, correspondendo a um investimento per capita de 43,07 dólares.

É interessante notar que se o Brasil é o 7º país do mundo com maior investimento global em propaganda, na comparação do investimento per capita a posição brasileira cai muito: os 43,07 dólares na Espanha correspondem no Brasil a um investimento per capita de apenas 17,52 dólares. A Argentina tem um investimento per capita de 52 dólares.

No campo da propaganda em TV, o Brasil vem em quarto lugar (1.438 milhão de dólares), precedido da Grã-Bretanha (1.810 milhão de dólares); Japão (4.510 milhões de dólares) e dos EUA (20.770 milhões de dólares). É importante notar que economias pujantes como as da Alemanha Ocidental, França, Austrália, Itália e Canadá têm menores investimentos de propaganda em TV do que os realizados no Brasil.

Se em 1950, ano da instalação da primeira estação de TV no Brasil, só 5% da verba publicitária iam para aquele veículo, ficando 15% com o rádio e 80% para jor-

nais e revistas, em 1981, ano da concessão às novas redes, o investimento publicitário assim se distribuiu no Brasil: TV 59%, jornal 17%, revista 11%, rádio 9%, outros 4%¹⁶.

Se em 1950 tínhamos no Brasil cerca de "300 aparelhos de televisão (a grande maioria importada pelo próprio Chateaubriand)"¹⁷, em 1980 tínhamos 14.522 milhões de domicílios com 23.140 milhões de aparelhos de TV. No ano seguinte, quando foi autorizada a concessão às duas novas redes e o SBT entrou no ar, já havia três redes em funcionamento para um mercado de 14,778 milhões de domicílios com televisão, 55% do total dos domicílios brasileiros, e 19.956.900 aparelhos de TV. A estimativa para 1987 era de 19,600 milhões de domicílios com 35 milhões de aparelhos de televisão¹⁸.

Os números acima não existem no vácuo. Os investimentos publicitários são condicionados pelo ambiente econômico e pela importância que os empresários dão ao papel que a propaganda deve ter em seus orçamentos e na estratégia de vendas, especialmente em momentos em que a economia como um todo não esteja significando negócios fáceis. Em 1980/81 a situação da economia do país, como demonstramos anteriormente, era de recessão e inflação, mas enquanto empresários dos vários segmentos falavam em crise, "os homens ligados à propaganda continuam acreditando no crescimento do mercado". Dessa forma, "para os primeiros será difícil a manutenção publicitária dos canais de televisão existentes a partir da entrada das duas novas emissoras; as agências de publicidade (...) acham que há condições de acom-

dação entre os novos concorrentes"¹⁹.

Lembramos aqui que os publicitários especializados em *marketing* que entrevistamos, concordaram que o mercado estava ansioso por alternativas à Globo - alternativa significava tanto não ser a Globo a única a ditar preços no mercado e formas de comercialização, como também veículos que pudessem atrair novos anunciantes²⁰.

Os números mostram que entre 1979 e 1980, os investimentos de mídia no Brasil cresceram cerca de 25%, enquanto o crescimento global da economia no mesmo período foi de apenas 8%. A revista Meio & Mensagem anunciou que o investimento publicitário no Brasil em 1980 foi de 104 milhões de cruzeiros, dos quais 50% aplicados na televisão; refletindo equilíbrio em relação aos anos anteriores: 55,9% em 1979, 56,2% em 1978 e 55,8% em 1977. Em 1981, como vimos anteriormente, a televisão ficou com cerca de 59% dos investimentos publicitários. Naquele ano entrou no ar o SBT e a participação da televisão no bolo das verbas publicitárias continuou crescendo até 1984, isto é, no ano da entrada no mercado de mais um competidor (1983 - Rede Manchete) e no subsequente, o mercado continuou a preferir a TV como veículo para propaganda. A parcela da televisão caiu em 1985, mesmo assim, para os níveis de 1981, vindo a se reduzir ainda mais em 1986 e 1987, quando a economia passou por grandes solavancos²¹.

A crise de 1980/81 não afetou o setor propaganda, na avaliação do ex-presidente da Associação Brasileira de

Propaganda, Luis Celso P. Figueiredo, porque investimento em publicidade passou a ser tão essencial como a matéria-prima ou o combustível: *"cortar verba de propaganda significa abrir mão de um segmento de mercado difícil de conquistar"*²².

Contrariando a opinião de analistas, que antes da entrada no ar das duas novas redes, no início de 1981, avaliavam que *"não aparecerão novos anunciantes só porque há novas redes"*²³, Afonso Viana, ouvido pelo autor, recorda que acompanhou atentamente os anunciantes iniciais da Rede Manchete e que entre eles havia alguns que até então não haviam ainda anunciado em TV e citou especificamente a cadeia McDonald's. A inferência de Viana era de que os acertos financeiros e empréstimos contraídos pelo grupo Bloch teriam também se expressado através de novos anunciantes no veículo TV.

A parte das verbas publicitárias que cabia à Tupi foi redividida entre os concorrentes que permaneceram no mercado. Há que ressaltar, entretanto, que essa divisão começou desde março de 1980 (o fim da rede foi em julho de 1980) quando a crise da Tupi se aguçou. Até março, a participação da Tupi nos investimentos publicitários era de 20% em São Paulo, e de 14% no Rio. Mas em julho, sua participação nas verbas não ultrapassava 5%. Segundo dados da LEDA (Levantamento Econômico de Dados de Anunciantes), citados pela Gazeta Mercantil, quem mais se beneficiou em São Paulo da parte da Tupi, em termos relativos, foi a Record, que cresceu seu faturamento 75% nos quatro meses que se seguiu.

ram ao fim da Tupi, em comparação com o que havia registrado entre abril e julho. A Globo, no mesmo período, teve um crescimento de 53,6%, a Bandeirantes de 49,5% e a TV Gazeta teve uma queda de 2,4% no faturamento.

No Rio, quem mais cresceu no mesmo período foi a TVS (estação local que Silvio Santos já possuía no Rio de Janeiro desde 1976 e que retransmitia programação da Record de São Paulo), com 46,3%, seguida da Bandeirantes com 45,4%, e da Globo com 43,6%²⁴.

Entre 1980 e 1984, a distribuição do bolo publicitário mostrou, como já vimos, que a televisão continuou a ser o veículo preferido dos investimentos publicitários. Mesmo assim, o peso da crise na economia marcou as redes. Em 1983, por exemplo, os preços do espaço publicitário na TV cresceram muito abaixo da inflação de 211%: as duas maiores redes - Globo e SBT - cresceram seus preços em 129% e 79%, respectivamente. Na Manchete o impacto foi muito forte, pois, endividado o grupo Bloch com a compra de equipamento sofisticados ao dólar custando Cr\$158,00 em 1982, suas dificuldades financeiras de administração aumentaram na medida em que o dólar em 1984 se aproximava do custo de Cr\$3.000,00²⁵.

O fato é que após sete anos, mesmo com crise na economia e redução nos investimentos publicitários, a conclusão que se é forçado a chegar é de que o mercado teria suportado as duas novas redes. Afinal de contas, todas estão em funcionamento. Mas estar funcionando não significa

boa saúde empresarial, nem é garantia de que existam as condições necessárias para as cinco redes

Antes de acrescentar qualquer comentário sobre cada uma das redes, é necessário observar que a avaliação da rentabilidade depende do resultado da comparação entre faturamento e custo de produção. A regra básica é que quanto mais produção própria tiver a emissora, e quanto mais filme e mini-série novas comprar, mais caro é seu custo de produção. Quanto mais filme antigo a emissora transmitir, por exemplo, em vez de novela própria ou programa jornalístico, mais baixo será seu custo.

Ilustrativo dessa situação é o SBT, que quando iniciou suas atividades, tinha muito filme, programas de baixo custo, pouquíssimo jornalismo, tentou fazer novela, não deu certo e desistiu em função dos gastos, e só agora, depois de consolidar seu faturamento é que começa a ter programas próprios mais sofisticados e caros (Jô Soares) e a investir em jornalismo e em equipamentos. Note-se, ainda, que para acertar as contas, Silvio Santos demitiu mais de cem funcionários no Rio, reduziu pessoal em Belém e Porto Alegre, depois de "ajustar" a TVS de São Paulo²⁶.

A própria poderosa Rede Globo necessitou reduzir seus custos e diminuiu os programas feitos por ela própria, mas, naturalmente, mesmo assim, sua pujança e a do grupo a que pertence possibilitaram, por exemplo, a montagem de uma televisão na Itália, a Telmontecarlo. A Bandeirantes, que tem atuado de forma errática (vira e mexe há reformula

ções na emissora em programação e mesmo em pessoal de primeiro escalão), finalmente parece ter se definido por uma linha jornalística e de esporte, realizando no fim 1987/início de 1988 investimentos em seu setor de jornalismo.

A Manchete, com sérias dificuldades financeiras, refletidas em sua programação, que, para evitar os custos de novas produções, constantemente repete produções antigas próprias. A Record, vive uma espécie de corda bamba, sem lucro, mas também sem prejuízo, com uma programação que inclui filmes muito antigos de *bangue-bangue* e Kung fu, notícia regional (a rede quase que é exclusiva para o Estado de São Paulo) e esportes; *"é muito fácil manter-se assim, não temos as mesmas despesas que uma rede de nível nacional"*²⁷. Desde que as novas redes foram criadas, isto é, desde quando Silvio Santos passou a ter sua própria rede e mantém a sociedade com os Machado de Carvalho em São Paulo e a propriedade da TV Corcovado no Rio (ambas com testas-de-ferro), que a Record sempre aparece no noticiário com alguém interessado em comprar o controle acionário da empresa²⁸. E a situação nunca é resolvida, porque Silvio Santos não tem interesse em vender sua parte pois poderia provocar uma melhoria no nível da emissora, tornando-se competitiva e pondo em risco os pontos do IBOPE do SBT. *"A Rede Record funciona como um dique, uma barreira contra os possíveis avanços da Bandeirantes e Manchete, ao mesmo tempo, a TVS se vê livre para brigar com a Globo - a Record não a ameaça e não deixa que outros ameacem a principal emissora de Silvio Santos"*²⁹.

Na avaliação da especialista em *marketing*, Maria Alice Langoni, a tendência das redes nacionais, e que já começam a concretizar essa marcha, segundo ela, é a segmentação: a Bandeirantes ficaria com esporte e jornalismo, a Manchete com séries especiais e programas mais sofisticados, a Silvio Santos seria mais popular e a Globo seria a soma de todas essas características³⁰.

Portanto, responder se havia condições materiais para o aumento no número de redes é um exercício sem sentidido se nos preocuparmos somente com um sim ou um não. Como demonstramos, uma televisão pode funcionar com níveis baixos de investimento e pode até não dar lucro, mas prejuízo também não dá. Há, é claro, implicações a longo prazo (obsolescência de equipamento, treinamento de pessoal, programação antiquada, etc.) e que, portanto, os cinco anos que nos separam do início das operações da Rede Manchete (segunda das novas redes a entrar no ar) são ainda pouco tempo para definir com segurança a capacidade do mercado. Particularmente na situação de desequilíbrio que possibilita a um competidor (Globo) deter praticamente 70% das verbas do setor televisão desse mercado.

Talvez que um dos pontos mais reveladores que este estudo proporcionou seja quanto ao grande beneficiado com aquele processo de terminar com uma rede de televisão (Tupi), já estabelecida e espalhada por todo o país, e em seu lugar criar duas novas redes. Mesmo com a declarada preocupação do governo (depoimentos no capítulo IV e nesta conclusão) quanto ao gigantismo da Rede Globo e as declara

das intenções de encontrar competidor à altura, não podemos deixar de observar que na verdade a própria Globo se beneficiou com as decisões do governo.

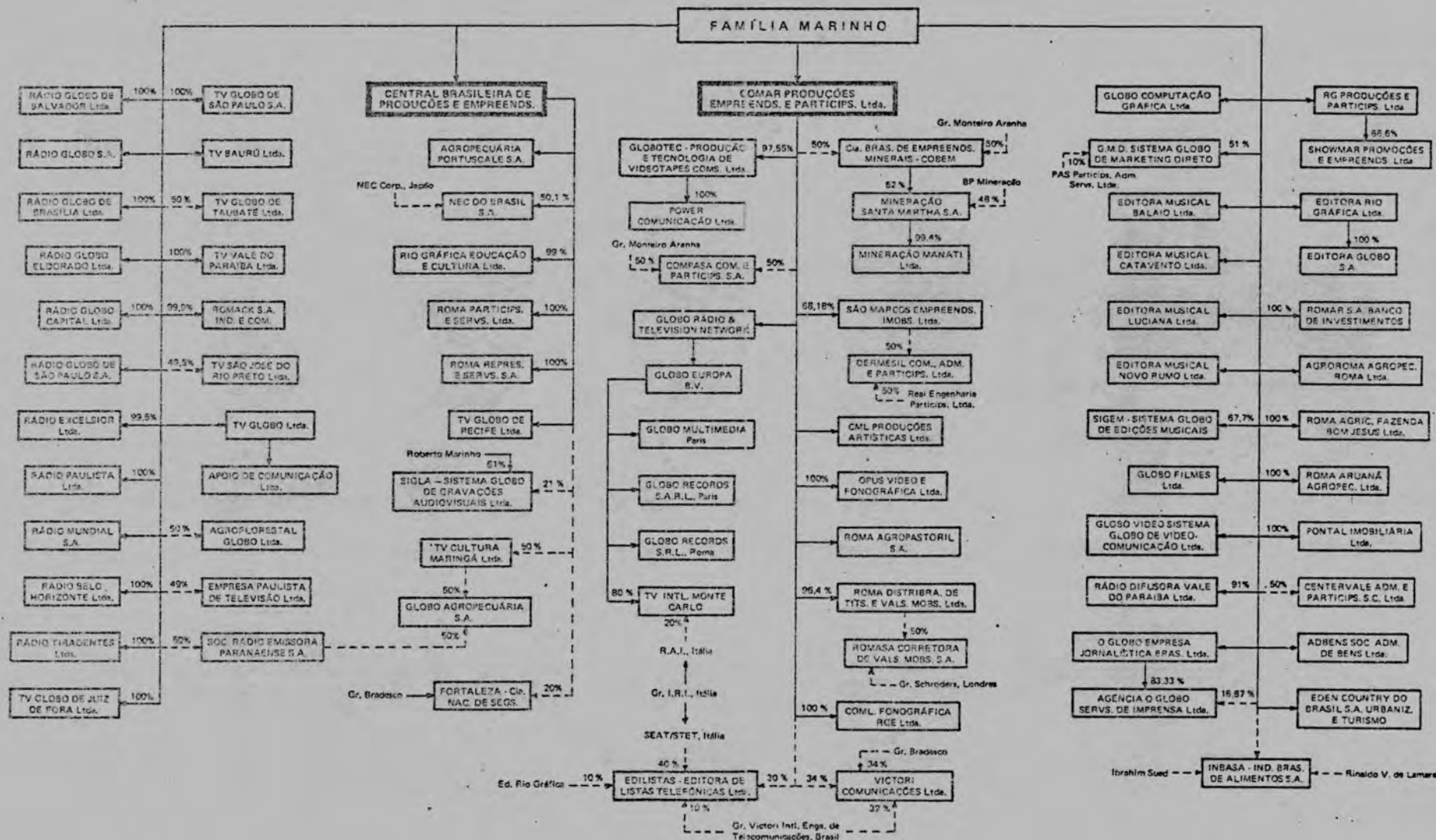
Alguns números devem ser considerados, que indicam pelo menos uma certa vantagem e mais espaço (com a eliminação de sua mais forte competidora) para a Globo levar avante seu competente projeto de expansão.

Apesar da jornalista Moyra Ashford, da *Revista TV World*, afirmar que, em seu final, a Tupi reduziu sua audiência a uma fração daquela da Globo³¹, Rubens Furtado afirma que mesmo próximo do final a Tupi tinha 28 pontos de audiência, enquanto hoje, sete anos depois de entrar no ar, o SBT, que é a segunda rede em audiência, ainda não conseguiu alcançar esse nível³².

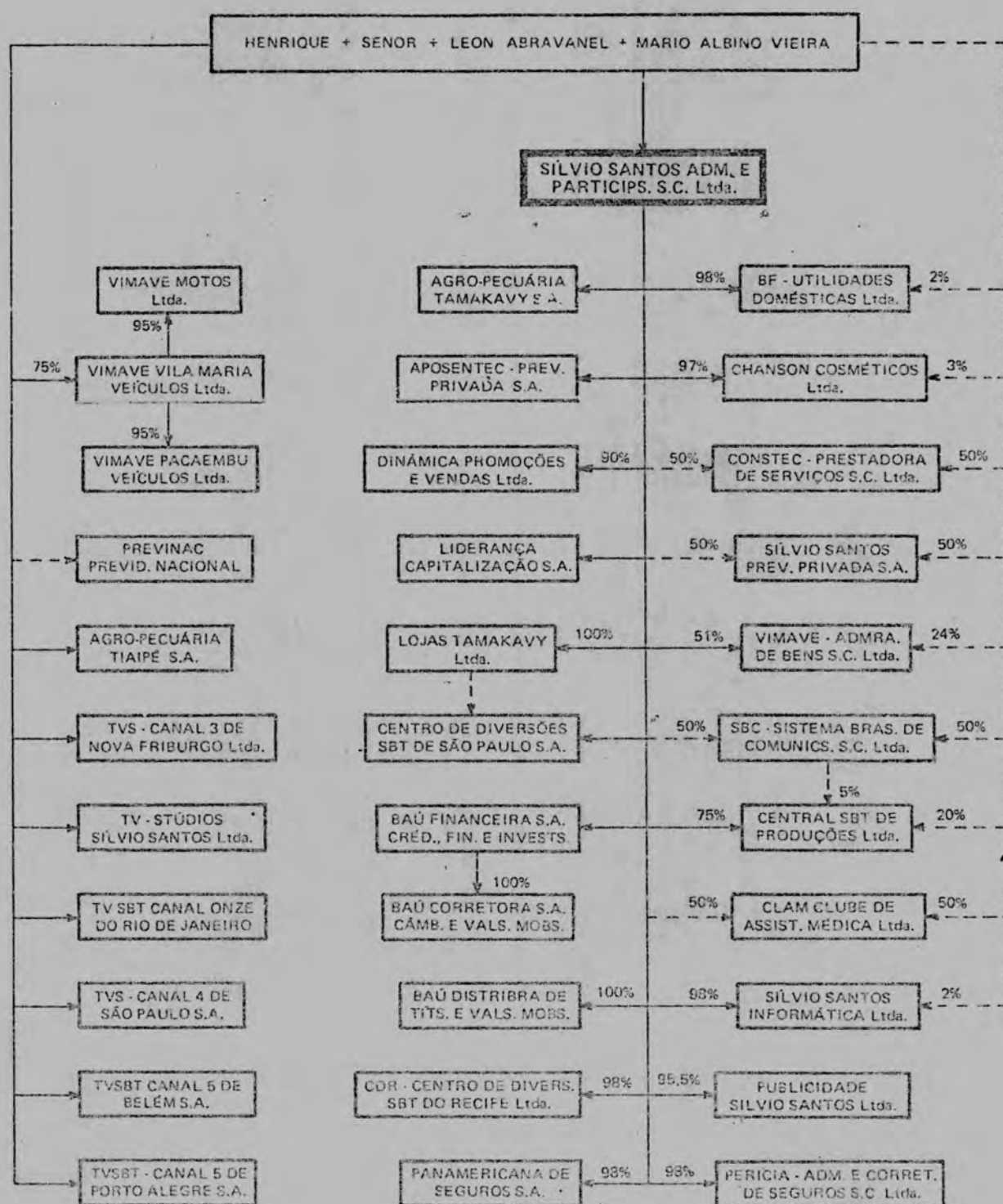
De acordo com os índices do IBOPE, em 1979, a Rede Globo podia atingir 13,3 milhões de aparelhos de TV em todo o país, a Tupi 13 milhões, a Bandeirantes 9,4 milhões e a Record/TVS 4,5 milhões. Na avaliação de Ashford, "agora a Globo fica sem desafiante, e, pelo menos a curto prazo, é um gigante indesafiável, com a Bandeirantes fazendo o máximo para firmar-se como segunda opção"³³.

E aqui voltamos à nossa avaliação anterior de que a Tupi era a expressão em televisão de um bloco histórico superado e a Globo a expressão do novo bloco histórico. Enquanto o grupo Diários Associados (ver nota 5, capítulo III), apesar de forte principalmente nos anos 60, manteve seus negócios de uma certa maneira restritos à área

da comunicação, exceção feita às três empresas de serviço e duas fazendas; a Globo pertence ao grupo Roberto Marinho, lídima expressão do capitalismo associado oligolista no Brasil³⁴. A seguir apresentamos o quadro das empresas do grupo: (nota 35).



Das outras redes nacionais, somente o grupo Silv-
vio Santos, proprietário da segunda rede do país, se apro-
xima do grupo Roberto Marinho, se não em volume de negô-
cios, pelo menos no estilo oligopolista. Abaixo, as empre-
sas que compõem o conglomerado Silvio Santos: (nota 36).



Os outros grupos proprietários de redes nacionais de televisão são os Bloch (Manchete) e os Saad (Bandeirantes). Além da rede de TV (29 emissoras entre afiliadas e próprias) e de dez estações de rádio, os Bloch possuem uma gráfica e uma editora com 15 títulos de revistas, que é a terceira do mercado em número de títulos, precedida do grupo Civita (editora Abril e Azul) com 75 títulos e grupo Roberto Marinho (editora Globo) com 24 títulos. O grupo Saad, além da rede de TV (32 emissoras afiliadas e próprias) e da rede de rádio (70 emissoras afiliadas e próprias) possui negócios na área de venda de automóveis e caminhões, e setores textil e agropecuário³⁷.

Comparando-se o volume dos negócios dos quatro grupos, salta aos olhos que as duas maiores redes pertencem justamente aos dois grupos mais fortes, com presença em vários setores da economia. E mesmo entre os dois maiores - Globo e SBT - a diferença entre eles é comparável àquela entre o estilingue e o raio laser³⁸. Em 1987, o SBT faturou 50 milhões de dólares e a Globo algo entre 350 e 500 milhões de dólares (seus dirigentes não confirmam o valor exato); mesmo com a imprecisão destes últimos números, ainda é grande a distância que separa as duas redes³⁹. Isto para não voltarmos aos dois quadros apresentados anteriormente, listando as empresas que compõem um e outro grupo.

Essa observação nos leva a refletir sobre a relação entre redes grandes e grupos econômicos concentradores de capital, ultrapassando mesmo a fase do capitalismo con-

correncial, como é o caso do grupo Marinho, de caráter oligopolista associado. Se, por um lado, não temos dados suficientes (não era esse o objetivo desta dissertação) para afirmar que Globo e SBT são grandes porque pertencem a grupos econômicos fortes, acreditamos ter pelo menos indicações consistentes que justificam um estudo futuro sobre a relação entre oligopólios e meios de comunicação, na linha desenvolvida por Armand Mattelart, mas, obviamente, aplicada ao Brasil. (Note-se que a referência a Mattelart não implica endosso, pelo autor, da totalidade de seu referencial teórico.)

Creemos que nossa reflexão encontra respaldo no campo internacional. Além dos próprios estudos de Mattelart⁴⁰, em matéria recente, a revista americana de finanças, *Forbes*, em sua edição de outubro de 1987, lista os 96 super-milionários não americanos com fortuna avaliada em mais de um bilhão de dólares. Desse levantamento, depreende-se que um em cada 16 desses magnatas tem também grandes negócios na área da comunicação. E se esse número é impressionante, mais revelador ainda é aplicar a mesma relação aos super-magnatas americanos com mais de um bilhão de dólares: um em cada seis também tem negócios de comunicação social⁴¹.

E aqui levanta-se a questão: na fase do capitalismo oligopolista, são porta-vozes natos, mais adequados para expressar a hegemonia dos grupos ligados a esses capitais aqueles meios de comunicação vinculados a grandes conglomerados? E a pergunta-reverso também cabe: são opo-

res natos, aqueles meios de comunicação vinculados a frações de classe subordinadas à dominante? Aquelas representantes de um bloco histórico superado?

Nosso estudo nos deu as indicações para as indagações acima. Ao trabalhar com material veiculado por jornais, verificamos dois fatos dignos de registro, sendo que o segundo em especial nos orienta para as indagações formuladas acima:

1. o jornal O Globo praticamente não cobriu os episódios relacionados com as concessões de 1981. Note-se que realizamos nossa pesquisa jornalística em três respeitados centros de documentação e mesmo assim quase não encontramos material produzido por O Globo sobre aquele assunto. Observe-se também que o silêncio do jornal não deve ser interpretado como distanciamento ético ou passividade, pois os comentários em círculos ligados à comunicação são de que Roberto Marinho manobrou como pode para que o resultado da licitação fosse o de seu interesse⁴².

2. os jornais que mais espaço deram à questão das concessões de 1981, entre os quatro grandes (Globo, Fôlha de São Paulo, Jornal do Brasil e Estado de São Paulo) foram o Jornal do Brasil e O Estado de São Paulo, junto com seu "irmão" vespertino, Jornal da Tarde.

Observamos que os dois grupos - Pereira Carneiro Nascimento Brito (Jornal do Brasil) e Mesquita (O Estado de São Paulo) - têm bases de capital semelhantes e histórias também parecidas. O grupo Mesquita possui dois jornais,

uma rádio, uma gravadora de discos, uma distribuidora, uma gráfica e recentemente passou a produzir listas telefônicas. O grupo Nascimento Brito tem um jornal, duas editoras, uma agência de notícias, o sistema JB de rádio, uma gráfica e uma empresa de turismo⁴³.

Ambos jornais são os mais antigos dos quatro grandes (Jornal do Brasil de 1891 e O Estado de São Paulo de 1875), da época do Império, anteriores ao surgimento do capital industrial no país, que é quando surgem a Folha de São Paulo e O Globo (atualmente, os dois, entre os quatro grandes, com maior circulação). É claro que essas rápidas pinceladas são insuficientes para qualquer tipo de afirmação segura e responsável, além obviamente de não constituírem uma sistematização científica. Servem, porém, para refletir sobre o fato desses jornais (Jornal do Brasil e Estado de São Paulo) terem tido mais circulação (em termos relativos) e importância em outras épocas, significando possivelmente que representavam frações de classe mais hegemônicas em outro bloco histórico. Servem também para indicar que possivelmente mereça exame a decisão desses jornais de cobrir mais ampla e criticamente os episódios relacionados com as concessões de 1981, e se tal decisão é indicadora justamente de que tenham perdido espaço como aparelho de hegemonia no bloco histórico vigente.

Essas questões, entretanto, exigiriam outra pesquisa e outro trabalho, não cabendo nos limites desta dissertação.

Ao fazermos nossas considerações finais, esclarecemos que este trabalho foi pensado e executado tendo sempre como principal meta contribuir, ainda que muito modestamente, para o avanço da compreensão dos mecanismos de dominação. Proliferam as teses e dissertações que estudam práticas e formas de representação das classes dominadas e se tem menos, pelo menos de nosso conhecimento, sobre as práticas das classes dominantes. Daí nossa pequena contribuição para ajudar a reduzir esses desequilíbrios.

Estudamos um fato concreto e tentamos ver naquele episódio o encontro de várias determinações. Pretendemos demonstrar, sob esse enfoque dialético, dando inclusive voz a várias partes envolvidas naquele episódio das concessões através do noticiário jornalístico, uma crise de hegemonia.

Pensamos que mais pesquisas são necessárias nessa área da comunicação, incluindo aí também o rádio, examinando em particular a questão da recepção pelas frações de classes dominadas. Acreditamos, no entanto, que pesquisa dessa natureza não deva ser realizada só considerando a reinterpretação das mensagens do rádio e da TV pelos oprimidos, como forma de resistência das classes dominadas. Ela deve servir também, e sobretudo - e aqui não devemos correr o risco de entrar no falso debate entre teses políticas e teses científicas, já tão bem esclarecido por Umberto Eco⁴⁴ - para revelar, apesar de toda a estrutura ideológica da classe dirigente, a construção que se dá no terreno das idéias, como resultado desse embate, dessa tensão. Se a luta pela hegemonia é mais detectável entre as frações

da classe dirigente , ela também envolve as frações da classe subalternas, pois o oprimido não existe independente de seu opressor, e vice-versa, estando todos desempenhando papéis diferentes, nas redes do poder. A construção de uma hegemonia é um processo que não se dá, para usar uma expressão popular, preto-no-branco. Ela ocorre justamente nos vários matizes de cinza que ligam o branco ao preto. Esse processo "tem que ser continuamente reproduzido , continuamente sobreposto, continuamente negociado e administrado de maneira a superar a alternativa e, ocasionalmente, a oposição" (para Gitlin o material alternativo é rotineiramente incorporado à visão de mundo dominante e o material oposição pode "ser indigesto, sendo excluído do discurso dos meios de comunicação e devolvido à condição de marginal de onde veio, enquanto alguns de seus elementos são incorporados às formas dominantes")⁴⁵.

Trabalhar com essa perspectiva, identificando os elementos das classes subalternas que são incorporados à ideologia dominante, portanto reforçando as estruturas do poder, é, a nosso ver, uma contribuição para desvendar os caminhos da dominação, a malha das redes do poder.

Uma palavra final sobre a epígrafe desta conclusão. Para Platão, a escrita tinha uma influência negativa sobre a sociedade, exatamente porque ela separa o conhecimento do detentor desse conhecimento. Não a escolhemos por esse motivo. Séculos depois do filósofo grego, pretendemos uma releitura de suas palavras (talvez confirmando o que

ele disse). Apesar de não nos iludirmos quanto ao fim reservado à maioria das dissertações e teses, esperamos que essas *Redes do Poder* cheguem às mãos de outras pessoas, que terão o que fazer com elas - desenvolver um novo conhecimento que auxilie na desmistificação da televisão e estabeleça um processo pedagógico amplo que possa facilitar a abertura de janelas da *prisão de mil janelas*.

NOTAS - CONCLUSÃO

¹Expressão utilizada por René A. Dreifuss para caracterizar a composição de forças dominantes do golpe de 1964, in DREIFUSS, René A., 1964: *A conquista do Estado*. Petrópolis, Vozes, 1987, p. 259.

²Quanto à questão das emissoras estarem ou não com seus papéis em ordem, é interessante notar que a TV Itapoã não estava com a concessão atualizada e, essa sim, poderia ser julgada perempta. Não o foi por intervenção direta do então governador da Bahia, Antonio Carlos de Magalhães, que, ao perceber a manobra que indicava a possibilidade da Abril "ganhar" os canais da Tupi, desembarcou em Brasília "dizendo que não admitia uma nova intromissão de capitais paulistas nos negócios baianos, só aceitando a transferência da Itapoã para um grupo local" - *Revista Isto É*. Depoimentos de Afonso Viana, e de Rubens Furtado, já citados.

³"Crítica da concessão de canais", O Estado de São Paulo, São Paulo, 29 de janeiro de 1981.

⁴Citado na íntegra na nota 41 do capítulo IV.

⁵"Desafio da competição acelera mercado", Jornal do Comércio, Rio de Janeiro, 17 de maio de 1981.

⁶Tanto é fato que as concessões, de acordo com a legislação em vigor atualmente (e naquela época), significam presentear amigos, numa visão mais simples, ou meios de dar voz e a capacidade de formar opinião a frações da classe dominante, numa visão mais elaborada de acordo com o nosso referencial teórico, que uma das primeiras manifestações de Tancredo Neves, logo após ser eleito no Colégio Eleitoral, em novembro de 1984, foi expressar preocupação quanto às outorgas de concessão de seu antecessor, General Figueiredo, estando disposto a "denunciar os editais e concessões feitos no fim da atual administração", conforme informou o repórter Rodolfo Fernandes na matéria intitulada "Concessão de rádio e TV preocupa Tancredo", na Folha de São Paulo de 16 de dezembro de 1984. E mesmo com a morte de Tancredo, que afinal de contas significou somente a mudança do titular da cadeira presidencial pois as forças de apoio mantiveram-se as mesmas, todas as concessões de rádio e TV realizadas a partir de outubro de 1984 foram suspensas em 20 de março de 1985 pelo Ministro das Comunicações, Antonio Carlos Magalhães. A suspensão era pelo prazo de 60 dias para que fossem revistas porque elas representavam, como disse Magalhães, "um festival de apoio a quem não votou em Tancredo Neves" (in "Governo cancela concessões de rádio e televisão", Jornal do Brasil, 20 de março de 1985).

A preocupação da sociedade civil mais organizada cresceu tanto em relação à política de concessões de canais

de TV e estações de rádio que houve uma grande mobilização na Constituinte para modificar o dispositivo constitucional. Na seção de anexos desta dissertação apresentamos, o texto proposto em emenda popular com 32.279 assinaturas, apoio de 49 entidades e assinaturas dos líderes do PT, PDT, PCB, PC do B e PSB na Constituinte, e o texto aprovado na primeira votação da Constituinte.

⁷ Segundo depoimento de Rubens Furtado.

Ao se estudar um tema dessa natureza é necessário estar atento às respostas fáceis e aos caminhos dissimulados que o poder escolhe para se estabelecer. Mesmo assim, arriscaremos afirmar que, em retrospectiva, parece revelador que já em 1981, apesar do trânsito nas esferas oficiais, Paulo Maluf não conseguiu fazer de seu correligionário um concessionário de rede TV, em que pese todas as negociações nesse sentido. Essa fraqueza (se é que este episódio é de fato indicador de debilidade) veio a se confirmar posteriormente não só na dificuldade para ser confirmado como o candidato oficial do PDS à Presidência, como também, e aí inapelavelmente, na votação do Colégio Eleitoral, quando perdeu para Tancredo Neves.

Aqui ressaltamos a transcrição da entrevista de Silvio Santos (nota 40, capítulo IV) quando revelou seus lobbies para obtenção das concessões: o membro do juri de seu programa, José Renato (primo de D. Dulce Figueiredo), e o compositor Dom, da dupla Dom e Ravel. É quase inacreditável que concessões que envolvem um veículo da capacidade de formação de opinião como a televisão, e que move milhões de dólares em verbas de publicidade, acabem sendo, de uma certa forma, decididas a partir de pressões que se expressam de maneira tão doméstica.

⁸ O depoimento da deputada foi feito ao autor. Há que se notar, entretanto, que na história da TV Globo de conquista da audiência, percebe-se que de início ela também tinha uma programação muito popular, de uma certa maneira semelhante àquela do início do SBT.

É interessante observar quanto ao SBT e à Manchete, que com o passar do tempo as programações das duas redes começam a querer se encontrar - Manchete "popularizando" e o SBT "glamurizando". Tanto um processo como outro por razões comerciais. A Manchete por ter audiência pequeno tem um custo por mil para seus anunciantes muito alto. O SBT, apesar de audiência bem maior, por ter tradicionalmente uma programação de pouco prestígio não conseguia anunciantes de peso (daí a campanha recente para melhorar sua imagem institucional, que tem tido bastante êxito). Para demonstrar tal situação, citamos o levantamento do IBOPE/LEDA, no Plano de Comunicação TV SBT (op. cit.): em julho de 1987, ao SBT e à Manchete correspondia, a cada uma, cerca de 13% do faturamento das redes (à Globo em torno de 60%, à Bandeirantes cerca de 10% e às outras 4% aproximadamente) enquanto o índice de audi-

ência do SBT era de quase 25%, o da Manchete não chegava a 4% (a audiência da Globo correspondia a cerca de 62%, da Bandeirantes 7% e das outras ficava em torno de 2%). Ainda sobre isso, lembramos o quadro da nota 50, do capítulo IV, que compara as diferenças na audiência, por classes sócio-econômicas, entre a Globo e o SBT).

⁹GRAMSCI, A. *Maquiavel, a política e o Estado moderno*, op. cit., p. 116.

¹⁰Idem, ps. 116 e 117.

¹¹DREIFUSS, R. A., op. cit., p. 259.

¹²Estado Maior das Forças Armadas - Escola Superior de Guerra - Departamento de Estudos. Rio de Janeiro, 1977/78 in RUMMERT, Sonia, op. cit., p. 187.

¹³Idem, p. 187.

¹⁴Idem, p. 188.

¹⁵"As novas tevês", *Jornal da Tarde*, São Paulo, 20 de março de 1981.

¹⁶Os dados citados foram obtidos nas seguintes publicações: "A segmentação do mercado com base no consumidor - Sistema Brasileiro de Televisão", e "Anuário Brasileiro de Mídia 87/88, já citadas anteriormente, além de "1979-1988: o que mudou na propaganda brasileira". São Paulo, Meio & Mensagem, 1988.

¹⁷"Um negócio chamado TV", op. cit., p. 4.

¹⁸"Uma briga de audiência que vale US\$400.000.000"., *VC Magazine*, ano 2, número 6, Rio de Janeiro, Distribuidora Ragazzi, s/data, páginas não são numeradas.

¹⁹"A difícil partilha dos anúncios", *O Estado de São Paulo*, São Paulo, 21 de março de 1981.

²⁰A grande concentração das verbas publicitárias na Rede Globo (num país que é o sétimo mercado publicitário mundial) provoca distorções. Por concentrar uma grande audiência, a Globo "onera excessivamente a utilização comercial da publicidade" e cria um círculo vicioso produção-audiência-custo de veiculação imbatível porque o custo por mil telespectadores é o mais baixo entre todas as redes e proporcionalmente mais baixo que em jornal, rádio ou revista, conforme mostra Daniel Herz em *A história secreta da rede Globo*, op. cit., p. 217. A televisão é, pois, o veículo do grande anunciante e, por isso, novas redes, com novos estilos de comercialização e outra base de custos poderiam significar novos anunciantes.

²¹Dados obtidos em "A difícil partilha dos anúncios", op. cit. e "1978-1988: o que mudou na propaganda", op. cit.

²²"A difícil partilha dos anúncios", op. cit.

Entretanto, a edição especial da revista Meio & Mensagem - "Um negócio chamado televisão", op. cit. p. 6 diz que "à medida que o país mergulhava paulatinamente na recessão, surgiram duas novas grandes redes nacionais de TV para dividir o bolo publicitário, um bolo que ao longo desse período, diga-se de passagem, encolheu a taxas sensíveis; sintetizando, do ponto de vista empresarial do negócio televisão, aumentava dramaticamente a oferta (de espaço) enquanto se reduzia a demanda". Nota-se também o depoimento na nota 13 do capítulo IV.

²³Idem. Veja-se também o mesmo tema na avaliação do presidente da Associação Brasileira de Anunciantes na nota 11 do capítulo IV.

²⁴"A partilha do mercado da Tupi", *Gazeta Mercantil*, São Paulo, 24, 25 e 26 de dezembro de 1980.

²⁵MARCONDES, Pyr. "A rentabilidade comprometida", in "Um negócio...", op. cit., p. 6. A crise da Manchete perdura e acentuou-se. As especulações sobre a venda da rede circulam no meio (atualmente fala-se que o déficit mensal é de um milhão de dólares) e por vezes alcançam os jornais. A Tribuna da Imprensa (16 de dezembro de 1987), do Rio de Janeiro, chegou a anunciar na primeira página que "Paranapanema compra TV Manchete por 80 milhões de dólares", descrevendo todos os detalhes da transação. No dia seguinte a venda foi desmentida. Um pouco antes, em 26 de junho de 1987, a Folha de São Paulo publicou o desmentido do empresário Antonio Ermínio de Moraes de que estaria interessado na compra da rede. Naquela época eram insistentes os boatos tanto no Rio como em São Paulo de que os Bloch estariam em negociação com o diretor-superintendente do grupo Votorantim.

²⁶Em "A TVS pretende demitir mais de cem empregados", O Estado de São Paulo, São Paulo, 12 de abril de 1984, Silvio Santos disse que reduziria o número de funcionários da TVS do Rio de 262 para menos de 100 e que faria cortes em Belém e Porto Alegre, já tendo ajustado São Paulo. Em depoimento ao autor, Reginaldo Dória, diretor de comercialização do SBT no Rio de Janeiro, informou que a rede está investindo em 1988 1 milhão de dólares na contratação de profissionais e aquisição de equipamento para o departamento de jornalismo no Rio. Guilherme Stoliar, vice-presidente do SBT, em entrevista a *Meio & Mensagem*, de 5 de outubro de 1987, revelou que 1986 foi o primeiro ano lucrativo da rede, devendo em 1987, ter crescido em termos reais, 10% ou 11%, e que além de investimentos na rede de transmissão estavam também investindo em equipamento de alta sofisticação.

²⁷ Declaração de "alto funcionário da Rede Record, que prefere permanecer anônimo" em "O marcapasso da Record", O Estado de São Paulo, São Paulo, 25 de fevereiro de 1988.

²⁸ Depois de Silvio Santos ter ganho a concessão do SBT é intermitente o noticiário quanto a venda da Record, isto é, de sua parte na Record, já que não pode ter mais de uma estação na mesma praça (o que ocorre no Rio e em São Paulo), ainda que ele pessoa física não conste como proprietário ou sócio da Record, em São Paulo, e da Corcovado, no Rio. Algumas das matérias de jornal que trataram desse assunto ao longo do tempo foram: "A TVS pretende demitir mais de cem empregados", O Estado de São Paulo, São Paulo, 12 de abril de 1984; "Uma nova tentativa de comprar a Record", Jornal da Tarde, São Paulo, 27 de julho de 1986; "JB e Havelange adquirem 80% da TV Record do Rio", Jornal do Brasil, Rio de Janeiro, 29 de setembro de 1985; "Os novos sócios da Record", Gazeta Mercantil, São Paulo, 1 de outubro de 1985; "Paulo Machado acha que JB na TV Record cria nova força no mercado", Jornal do Brasil, Rio de Janeiro, 3 de outubro de 1985; "Record: uma novela perto do fim", Jornal da Tarde, São Paulo, 9 de maio de 1987; "O controle da Record nas mãos de um só grupo", Gazeta Mercantil, São Paulo, 16 de outubro de 1987; entrevista de Guilherme Stoliar, Meio & Mensagem, op. cit. Tanto a TV Corcovado, que anteriormente era chamada de TV Record, como a parte da Record de São Paulo que pertence a Silvio Santos, estão em nome de seu sobrinho e concunhado Guilherme Stoliar, que também é vice-presidente do SBT. Note-se que durante muito tempo a Record e o SBT eram quase que identificadas como uma coisa só em virtude de programação comum. E o mesmo ocorre atualmente com a Corcovado. Ao acaso, para ilustrar, escolhemos a programação de um domingo (22 de novembro de 1987) para comparar a programação da Corcovado (canal 9 no Rio) e da TVS (canal 11 no Rio).

Manhã - a Corcovado só entra no ar às 12:00

a TVS começa às 6:30 com um programa educativo (produzido pela TV Cultura, de São Paulo), às 7:00 tem um programa jornalístico (Idéia Nova), e das 8:30 às 11:00 apresenta desenhos animados. Das 11:00 às 12:00 apresenta dois musicais sertanejos (Tonico e Tinoco, e Gilberto e Gilmar).

Tarde - das 12:00 às 13:00 as duas emissoras transmitem os programas sertanejos João Mineiro e Marciano, e Chitãozinho e Xororó. Das 13:00 às 22:00 a TVS transmite o Programa Silvio Santos, enquanto a Corcovado intercala partes daquele programa, com outras atrações; 13:00 às 15:00 campeonato português de futebol; 15:00 às 15:30 programa Silvio Santos; 15:30 às 18:30 Rio Turismo (que é a repetição à exaustão de programa bilíngue sobre o Rio); 18:30 às 22:00 Programa Silvio Santos. Depois do Programa Silvio Santos, a

TVS apresenta de 22:00 às 24:00 um filme e às 24:00 reprisa o mesmo filme. A Corcovado tem um programa de debates esportivos das 21:00 às 24:00 horas, quando então passa a apresentar novamente Rio Turismo. Fonte: Domingo, ano 12, nº 12, nº 603, Jornal do Brasil, Rio de Janeiro, 22 de novembro de 1987.

Também a título de ilustração, escolhemos ao acaso um dia da semana - 18 de maio de 1988 - para apresentar a programação dos dois canais:

Canal 9 - TV Corcovado

- 9:00 - Qualificação profissional
- 9:20 - A Hora da Eucaristia (católico)
- 9:30 - Igreja da Graça (protestante)
- 10:00 - Posso crer no amanhã (protestante)
- 10:15 - Palavras da vida (religioso)
- 10:25 - Assim é a vida - seriado
- 10:30 - Em tempo - comentários sobre moda, agenda cultural
- 12:00 - Record em notícias - noticiário
- 13:00 - A moda da casa - culinária
- 13:15 - Comer bem - culinária
- 13:30 - Som na Caixa - musical
- 14:30 - Cachorro Lobo - seriado
- 15:00 - Cisco Kid - seriado
- 15:30 - Rio Turismo - programa bilíngue sobre turismo no Rio
- 18:30 - Vibração - programa jovem de entrevistas
- 19:00 - Programa da Noite - utilidade pública
- 19:45 - Angélica - desenho
- 20:15 - Informe Econômico - noticiário financeiro
- 20:30 - Turfe total - programa sobre turfe
- 21:30 - Sessão Pão de Açúcar - filme
- 23:30 - Câmara Aberta - apresentação de Douglas Prado
- 0:00 - Última palavra - religioso
- 0:05 - Rio Turismo - programa bilíngue sobre turismo no Rio.

Canal 11 - TVS

- 7:00 - Qualificação profissional - educativo
- 7:15 - Patati, Patatã - educativo
- 7:30 - Gato Félix - desenho animado
- 8:00 - Oradukapeta - infantil com desenhos e brincadeiras
- 11:00 - Bozo - idem
- 15:00 - Maravilha - idem
- 18:15 - Duck Tales - desenho
- 19:15 - Jornal Noticentro - noticiário
- 19:45 - Chaves - seriado
- 20:15 - Esquadrão Classe A - seriado
- 21:15 - Tom e Jerry - desenho
- 21:30 - Musicamp - música sertaneja
- 23:30 - Dupla genial - seriado

0:30 - Jornal 24 horas - noticiário
 01:00 - Cinema como no cinema - filme

Fonte: "Televisão", Jornal do Brasil, Rio de Janeiro, 18 de maio de 1988.

A programação acima nos mostra que na TVS o custo de produção é muito baixo, pois quase o dia inteiro é gasto com filmes e desenhos e que na Corcovado o custo deve ser ainda mais baixo, pois além de filmes e desenhos, transmitem o noticiário da Record e alugam uma parte significativa da programação para produções independentes. Certamente por isso que Reginaldo Dória, na entrevista ao autor, avaliou que a TV Corcovado era muito rentável. Aliás, em entrevista à revista *Imprensa*, nº 8, op. cit., p. 33, Silvio Santos diz que por alugar horário a produtoras independentes, a TV Corcovado "há mais de 15 meses fecha com resultados positivos; é claro que é um pequeno resultado, mas mantém quase 100 funcionários trabalhando, e mantém várias produtoras independentes também".

²⁹"O marcapasso da Record", op. cit.

³⁰Depoimento ao autor.

³¹ASHFORD, Moyra. "Investors show cards" in *TV World*. Matéria disponível, na íntegra, em transmissão de telex feita por Jader de Oliveira para Richard Civita, do grupo Abril, 16 de março de 1981.

³²Depoimento de Rubens Furtado ao autor.

³³ASHFORD, Moyra, op. cit., tradução do autor.

³⁴Sobre o poder da Rede Globo e seu impacto no Brasil em comparação com os Estados Unidos, note-se o depoimento de Roberto Muijsers, presidente da Fundação Padre Anchieta, mantenedora da TV Cultura de São Paulo, no 1º Encontro Internacional de Jornalismo, realizado em São Paulo, entre 6 e 8 de julho de 1987: "... a Globo, que chega a ter em valor absoluto mais audiência que qualquer uma das três televisões americanas. Lá, eles estão disputando entre 30, 31% de audiência no máximo, enquanto no Brasil nós chegamos em algumas cidades a 80%, e em valor absoluto a Globo tem mais espectadores no Brasil do que uma CBS tem nos Estados Unidos. Esse jogo de poder é uma coisa fantásticamente importante. Antigamente, dizia-se, como na frase de Roy Thompson, que uma concessão no Brasil era uma máquina de fazer dinheiro. Hoje isso não é mais real, até porque a Globo assumiu tamanha liderança, que para os concorrentes a luta é muito difícil". Há alguns números também citados por Muijsers, que são bastante significativos: o orçamento da TV Cultura é de 10 milhões de dólares e "a Fórmula-1 da Globo, um único programa, que vai ao ar duas vezes por mês, fatura sozinho 18 milhões de dólares".

- ³⁵ATLAS FINANCEIRO DO BRASIL. Rio de Janeiro, Interinvest editor e Distribuidor, 1988, p. 275. Note-se que a lista não inclui, pelo menos, a Fundação Roberto Marinho "criada para prestação de serviços à comunidade e cuja manutenção alivia as Organizações Globo de uma parte dos impostos que pesam sobre a receita do conglomerado", segundo KEHL, Maria R., op. cit., p. 190.

A composição acionária das empresas citadas que compõem o grupo Marinho é indicada em anexo.

- ³⁶ATLAS FINANCEIRO DO BRASIL, op. cit., p. 575.

A composição acionária das empresas citadas que compõem o grupo é indicada em anexo.

- ³⁷Os dados quanto às emissoras de TV foram obtidos na revista *Imprensa*, nº 8, op. cit. Os relativos às estações de rádio, junto às próprias emissoras. Sobre o setor editorial em 1978-1988: *o que mudou na propaganda*, op. cit. E os relativos aos negócios do grupo Saad com funcionários do grupo e na publicação *Quem é quem - Visão 1987*, São Paulo, p. 423. Note-se que nenhum dos dois grupos consta do Atlas Financeiro do Brasil por não serem suficientemente grandes. Aliás, o grupo Bloch também não consta do *Quem é quem*.

- ³⁸Expressão usada pela revista *Imprensa*, nº 8, op. cit.

- ³⁹Dados citados em "O estilingue contra o raio laser". In: *Imprensa*, nº 8, op. cit., p. 22.

- ⁴⁰Veja-se principalmente MATTELART, Armand. *Multinacionais e sistemas de comunicação - os aparelhos ideológicos do imperialismo*. São Paulo, Livraria e Editora Ciências Humanas, s/ data.

- ⁴¹"Os homens mais ricos da comunicação". In: *Imprensa*, nº 2, São Paulo, Feeling, outubro de 1987, p. 84. Na matéria da *Forbes*, citada por *Imprensa*, três brasileiros são do clube dos super-ricos: Roberto Marinho, Antonio Ermírio de Moraes e Sebastião Camargo.

- ⁴²Depoimento dado ao autor por Manoel Francisco do Nascimento Brito Filho, chama atenção para além do componente político que norteia o processo de concessão de televisão, em especial aquele de 1981, há também o financeiro que determina quem tem cacife suficiente para investir com força e disputar um primeiro lugar em audiência em poucos anos. Segundo ele, naquele momento, só o *Jornal do Brasil* e a *Abril* teriam respaldo financeiro, (naquele momento, disse Brito Filho, o *JB* estava em situação financeira estável) para competir pela audiência. É possível que esse outro elemento também tivesse sido considerado por Roberto Marinho ao realizar suas manobras junto ao governo. Sobre isso, há que se mencionar

ainda que, segundo especulação do meio, o grupo Bloch não tinha dinheiro para os meses iniciais de funcionamento da Manchete e por isso Roberto Marinho teria injetado recursos na rede durante os seis primeiros meses.

⁴³ A troca da coroa. In: Veja, São Paulo, Abril, 27 de janeiro de 1988, pp. 86 a 90. Note-se que nenhum dos grupos consta do Atlas Financeiro do Brasil.

⁴⁴ ECO, Umberto. *Como se faz uma tese*. São Paulo, Perspectiva, 1977.

⁴⁵ GITLIN, Todd. "Prime time ideology: the hegemonic process in television entertainment". In: NEWCOMB, Horace, org. *Television: the critical view*. New York, EUA e Oxford, Grã Bretanha. Oxford University Press, 1987. p. 527. (Tradução do autor), As expressões "alternativa" e "oposição" são usadas por Gitlin, conforme conceituadas por Raymond Williams ("Base and superstructure in Marxist cultural theory". *New Left Review* 82, 1973. Citado por Gitlin). Williams considera que há dois tipos de ideologia não-hegemônicas: *alternativa* que apresenta uma visão de mundo distinta, porém suplementar à ideologia dominante; *oposição*, que é uma forma mais rara e tênue para aparecer na indústria cultural, sugere uma ordem social autenticamente diferente.

ANEXO I

Lista das empresas, incluindo composição acionária e localização, que compõem o grupo Roberto Marinho.

ABBENS SOCIEDADE ADMINISTRADORA DE BENS Ltda., Rua Irineu Marinho 35, 4o. Rio de Janeiro (RJ). Cap. reg. 100% família Marinho.

AGÊNCIA O GLOBO SERVIÇOS DE IMPRENSA Ltda., idem, Rio de Janeiro (RJ). Cap. reg. Cz\$ 18.900 (03.11.86). 83,33% O Globo Empresa Jornalística; 6,67% João Roberto M.; 3,33% cada- each Evandro C. Andrade, Francisco A.P. Graell, Arthur de Almeida.

AGROFLORESTAL GLOBO Ltda., Rua Antônio Pedro Neto 49, s-9, Uberaba (MG). Cap. reg. 50% Roberto Marinho.

AGROPECUÁRIA PORTUSCALE S.A., Av. Borges de Medeiros 2331, 9o, Rio de Janeiro (RJ). Cap. reg. Cz\$ 6.796.161 (30.11.86). Controle = Central Brasileira de Produções e Empreendimentos Ltda. Bal. 30.11.86 n.ex. neg. 0,862 m; l.exerc. 0,398 m; aplics. fins. 6,906 m.

AGROROMA AGROPECUÁRIA ROMA Ltda., Fazenda Paraíso, Rio Verde (GO). Cap. reg. 100% família Marinho.

APOIO DE COMUNICAÇÃO Ltda., Rua Corcovado 95, Rio de Janeiro (RJ). Controle = TV Globo Ltda.

BRASILEIRA DE EMPREENDIMENTOS MINERAIS - COBEM, Cia., Ladeira Na. Sra. da Glória 163, Rio de Janeiro (RJ). Cap. reg. Cz\$ 2.506.208 (10.12.86). 248.903.916 s.v.n. 50% COMAR Produções Particips. e Empreenda.; 50% Monteiro Aranha S.A., **Monteiro Aranha. Controla-controls: 52% Miner. Santa Martha.

CML PRODUÇÕES ARTÍSTICAS Ltda., Rua Assunção 443, Rio de Janeiro (RJ). Cap. reg. Cz\$ 46.558.048 (02.09.87). 100% COMAR Prods. Particips. e Empreenda.

CENTERVALE ADMINISTRAÇÃO E PARTICIPAÇÕES S.C. Ltda., Av. Deputado Benedito Matarazzo 403, São José dos Campos (SP). Cap. reg. 50% família Marinho ("Shopping Centervale").

CENTRAL BRASILEIRA DE PRODUÇÕES E EMPREENDIMENTOS Ltda., Rua Lopes Quintas 303, s-1015, Rio de Janeiro (RJ). Cap. reg. 100% Roberto Marinho. Particips.: Fortaleza Cia. Nacional de Seguros, NEC do Brasil; Rio Gráfica Ltda., CML Produções, Agropec. Portuscale, Coml. Fonográfica RGE Ltda.; Roma Particips. e Servs.; Roma Repres. e Servs. S.A.; TV Globo de Recife, etc.

COMAR PRODUÇÕES PARTICIPAÇÕES E EMPREENDIMENTOS Ltda., idem, Rio de Janeiro (RJ). Fd. 21.01.85. Cap. reg. Cz\$ 250.418.809 (25.08.86). 100% Roberto Marinho. Controla-controls: Globo Radio & Television Network, São Marcos Empreenda. Imobs., Globotec Prod. e Tecnol., Roma Agropastoril, etc.

COMERCIAL FONOGRÁFICA RGE Ltda., Rua Visconde de Ouro Preto 75, 1o., Rio de Janeiro (RJ). Cap. reg. Cz\$ 4.442.963,33 (29.01.88). 100% Comar Produções Particips. e Empreenda. Ltda.

COMFASA COMÉRCIO E PARTICIPAÇÕES S.A., Rua 33 s-no., Araputanga (MT). Fd. 03.04.86. Cap. reg. Cz\$ 1.000.000 (31.12.86). 50% COMAR Ltda.; 50% **Monteiro Aranha S.A. Bal. 31.12.86 n.ex. 0,474 m.

DEMÁSSIL COMÉRCIO, ADMINISTRAÇÃO E PARTICIPAÇÕES Ltda., Rua Lopes Quintas 173, Rio de Janeiro (RJ). Fd. 18.10.85. Cap. reg. 50% São Marcos Com. e Ind. de Mats. de Construção Ltda.; 50% Real Engenharia Particips. Ltda.

EDEN COUNTRY DO BRASIL S.A. URBANIZAÇÃO E TURISMO, Rua Irineu Marinho 35, 3o, Rio de Janeiro (RJ). Cap. reg. Cz\$ 17.382.451 (30.6.86). Controle = família Marinho. Bal. 30.06.86 n.ex. 412,408 m; receita-revenue 5,933 m; prej. exerc. 0,13 m. Diretoria - Board: Pres. Roberto Marinho; João Roberto M.; Arthur de Almeida; Adolpho Andrade Fo.

EDILISTAS - EDITORA DE LISTAS TELEFÔNICAS Ltda. ex "Victori Eletrônica Ltda.", Praia de Botafogo 440, 19o, Rio de Janeiro (RJ). Cap. reg. Cz\$ 9.500.000 (03.07.87). 30% Comar Prods. Particips. e Empreends. Ltda.; 10% Editora Rio Gráfica; 40% SEAT Divisione STET SpA, Itália, ***Guia Interinvest; 10% cada-each Victori Intl. Engenh. de Telecomunic. + Pierluigi d'Ecclesia Farace, Brasil.

EDITORA GLOBO S.A. Rua Sargento Silvio Hollenbach 350, Rio de Janeiro (RJ). Cap. reg. Cz\$ 8.265.677,73 (15.05.87). 17,8 m s.v.n. 100% Editora Rio Gráfica Ltda. Bal. 31.12.86 n.ex. 12,399 m; vendas-sales 14,918 m; l.exerc. 5,593 m.

EDITORA MUSICAL BALAIÃO Ltda., Rua Visconde de Ouro Preto 75, Rio de Janeiro (RJ). Cap. reg. 52% Roberto Marinho (67,5% = família Marinho).

EDITORA MUSICAL CATAVENTO Ltda., Rio de Janeiro (RJ). Idem Balaio.

EDITORA MUSICAL LUCIANA Ltda., Rio de Janeiro (RJ). Idem Balaio.

EDITORA MUSICAL NOVO RUMO Ltda., Rio de Janeiro (RJ). Idem Balaio.

EDITORA RIO GRÁFICA Ltda. Rua Itapiru 1209, Rio de Janeiro (RJ). Cap. reg. Cz\$ 135.581.545 (01.09.87). 100% Roberto Marinho.

EMPRESA PAULISTA DE TELEVISÃO Ltda., São Paulo (SP). Cap. reg. 49% família Marinho.

FORTALEZA - Cia. NACIONAL DE SEGUROS, Rua XV de Novembro 270, 5o, Curitiba (PR). Cap. reg. controle = grupo **Bradesco Seguros; 20% Central Bras. de Prods. e Empreends. Ltda.

G.M.D. SISTEMA GLOBO DE MARKETING DIRETO Ltda., Rua Senador Furtado 31, Rio de Janeiro (RJ). Cap. reg. 51% Roberto Marinho; 10% PAS Particips., Adm. e Serviços Ltda.

GLOBO AGROPECUÁRIA S.A., Fazenda Campos Belos, Cocalinho (MT). Cap. reg. Cz\$ 89.547.163 (27.08.87). 526.739 ords. + 26.707.850 prefs. A + 55.645.574 prefs. B. 50% Soc. Radio Emissora Paranaense; 50% TV Cultura de Maringá.

GLOBO COMPUTAÇÃO GRÁFICA Ltda., Rua José Carlos 101, Rio de Janeiro (RJ). Cap. reg. Cz\$ 20.000 (11.09.86). 70% Roberto Marinho; 10% cada - each Roberto Irineu Marinho, João Roberto Marinho, José Roberto Marinho.

GLOBO EMPRESA JORNALÍSTICA BRASILEIRA Ltda., O Rua Irineu Marinho 35, Rio de Janeiro (RJ). Cap. reg. Cz\$ 150.000.000 (08.07.87). 56,41% Roberto Marinho; 13,41% Heloisa Marinho; 12,91% Rogério M.; 11,18% Hilda M.; 5% Ricardo M., etc.

GLOBO FILMES Ltda., Rua Lopes Quintas 303, 9o, Rio de Janeiro (RJ). Pd. 21.01.86. Cap. reg. Cz\$ 10.000.000 (12.03.86). 51% Roberto Marinho; 16,33% cada-each Roberto Irineu M., João Roberto M., José Roberto M.

GLOBOTEC - PRODUÇÃO E TECNOLOGIA DE VIDEOTAPES COMERCIAIS Ltda., ex "Globotec Sistema Globo de Tecnologia Educacional", Rua Floriano Peixoto, Rio de Janeiro (RJ). Cap. reg. Cz\$ 32.573.823 (17.11.87). 97,55% Comar Prods. Particips. e Empreends.; 2,25% Roberto Marinho; 0,17% João Roberto M. Controla - controls: Power Comunicação Ltda.

GLOBO VIDEO SISTEMA GLOBO DE VIDEOCOMUNICAÇÃO Ltda., Rua Ana Guimarães 20, Rio de Janeiro (RJ). Cap. reg. Cz\$ 17.019.673 (01.08.86). 100% Roberto Marinho.

INSASA - INDÚSTRIA BRASILEIRA DE ALIMENTOS S.A., Av. Marechal Câmara 271, Rio de Janeiro (RJ). Cap. reg. Cz\$ 3.371.564 (31.12.86). Acionistas - shareholders: Roberto Marinho, Ibrahim Sued, Rinaldo V. de Lamare. Bal. 31.12.86 n.ex. 9,298 m; vendas-sales 38,863 m; l.exerc. 11,73 m Diretoria - Board: Reginaldo J. dos Santos.

LIVRARIA EDITORA GLOBO S.A., Av. Getúlio Vargas 1.271, 5o, Porto Alegre (RS). Cap. reg. 100% família Marinho.

MANATI Ltda., MINERAÇÃO, Rio de Janeiro (RJ). Cap. reg. Cz\$ 108.375 (31.12.86). 99,04% Miner. Santa Martha S.A. Bal. 31.12.86 n.ex. 1,833 m.

NEC DO BRASIL S.A., Via Pres. Dutra km 384, Guarulhos (SP). Cap. reg. Cz\$ 147.355.425 (31.12.86). 25.124.586 ords. A (100% Central Bras.); 24.139.307 ords. B (100% Nec Corp.); 98.091 532 m prefs. (37,556% exter. 62,444% Brasil: Brasilinvest Informática, Bco. Meridional do Brasil, etc.). Bal. 31.12.86 n.ex. 225,09 m; receita - revenue 781,66 m; prej. exerc. 167,57 m. Diretoria-Board: Pres. Roberto Marinho; VPr. Hisaei Kikuchi; Fin. Renato Ishikawa; Adm. Toshio Saito; Tec. Arthur A. Peixoto.

PONTAL IMOBILIÁRIA Ltda., Rio de Janeiro (RJ). Cap. reg. 97% Roberto Marinho; 2,5% Roberto Irineu M.; 0,2% cada-each Francisco A.P. Graell, Artur de Almeida.

POWER COMUNICAÇÃO Ltda., Rio de Janeiro (RJ). Cap. reg. 100% Globotec Produção e Tecnol. de Videotapes Comerciais.

OPUS VÍDEO E FONOGRAFICA Ltda., Rua Assunção 443, Rio de Janeiro (RJ). Cap. reg. Cz\$ 82.182.045 (24.09.87). 100% COMAR Prods., Particips. e Empreends. Ltda.

RG PRODUÇÕES E PARTICIPAÇÕES Ltda., Rua Itapiru 1209, 5o, Rio de Janeiro (RJ). Cap. reg. 90% Roberto Marinho; 5% cada-each Roberto Irineu M. + João Roberto M.

RÁDIO BELO HORIZONTE Ltda., Rua Augusto José dos Santos 980, Belo Horizonte (MG). Cap. reg. 100% família Marinho.

RÁDIO DIFUSORA VALE DO PARAÍBA Ltda., Praça Nilo Peçanha 42, Barra do Pirai (RJ). Cap. reg. 91% José Roberto Marinho; 4,5% cada-each Geraldo S. Ferreira + Bezerra A. Torely.

RÁDIO EMISSORA PARANAENSE S.A., SOCIEDADE, Av. Batel 1323, Curitiba (PR). Cap. reg. Cz\$ 32.996.100 (30.04.86). 50% João Roberto Marinho; idem Francisco Cunha Pereira Fo. Participa de - holds a stake in 54% Rádio Televisão Coroados S.A.

RÁDIO EXCELSIOR S.A., Rua das Palmeiras 315, São Paulo (SP). Cap. reg. 99,5% Roberto Marinho.

RÁDIO GLOBO S.A., Rua Russel 434, Rio de Janeiro (RJ). Cap. reg. Cz\$ 14.001.944 (31.12.86). Controle = Roberto Marinho + Rogério M. + Heloisa M. + Hilda M. Bal. 31.12.86 n.ex. 21,583 m; receita-revenue 114,035 m; prej. exerc. 0,059 m; particips. 0,336 m. Diretoria-Board: Pres. Roberto Marinho; Gl. Paulo C. Ferreira.

RÁDIO GLOBO DE BRASÍLIA Ltda., SRTVN Quadra 702, conj. P-s/3119-3121, Brasília (DF). Cap. reg. controle = família Marinho.

RÁDIO GLOBO CAPITAL Ltda., Belo Horizonte (MG). Cap. reg. 100% família Marinho.

RÁDIO GLOBO ELDORADO Ltda., Rio de Janeiro (RJ). Cap. reg. Cz\$ 2.513.382,50 (06.08.87). 99,3% João Roberto Marinho; 0,7% Mário A. de Mello.

RÁDIO GLOBO DE SALVADOR Ltda., Rua Lauro Müller 8 s-711, Salvador (BA). Cap. reg. controle = família Marinho.

RÁDIO GLOBO DE SÃO PAULO S.A., Rua das Palmeiras 315, São Paulo (SP). Cap. reg. Cz\$ 2.064.761,20 (11.08.87). 100% João Roberto Marinho.

RÁDIO MUNDIAL S.A., Rua Russel 434, Rio de Janeiro (RJ). Cap. reg. controle = Roberto Marinho.

RÁDIO PAULISTA Ltda., Rua Floriano Peixoto 780, Paulista (PE). Cap. reg. 100% família Marinho.

RÁDIO TIRADENTES Ltda. Rua Augusto José dos Santos 980, Belo Horizonte (MG). Cap. reg. 100% família Marinho.

RIO GRÁFICA EDUCAÇÃO E CULTURA Ltda., Rua Lopes de Oliveira 530, São Paulo (SP). Cap. reg. 99% Central Brasileira de Prods. e Empreends. Ltda.

ROCHA AGRÍCOLA FAZENDA BOM JESUS Ltda., Zona do Côrrego de Sapucaia, Mascote (BA). Cap. reg. 100% família Marinho.

ROCHA AGROPASTORIL S.A., Fazenda Saudade, Barra do Garças (Cocalinho, MT). Cap. reg. Cz\$ 60.345.980 (30.04.86). 1.707.298.176 ords. + 5.111.315.465 pres. A + 9.668.226.524 prefs. B. Controle = Comar Produções Artísticas e Empreends. Ltda.; José R. Marinho, Miguel Coelho, Netto Feres Gonçalves, Antonio C. Yazeji Cardoso.

ROCHA ARUANÃ AGROPECUÁRIA Ltda., Fazenda Forquilha, Aruanã (GO). Cap. reg. controle = família Marinho.

ROCHA DISTRIBUIDORA DE TÍTULOS E VALORES MOBILIÁRIOS Ltda., Travessa Rodrigo Silva 26, 100, Rio de Janeiro (RJ). Cap. reg. Cz\$ 168.000.000 (30.10.87). 96,4% Comar Prods. Particips. e Empreends.; 1,2% cada-each João Roberto Marinho, Miguel Coelho N.P. Gonçalves e Antonio Carlos Yazeji. Bal. 31.12.86 n.ex. 273,744 m; l.exerc. 10,36 m; receita-revenue 422,84 m; partic. 14,255 m = 50% ROMASA Corret. Vals. Mobs. Diretoria-Board: Exec. Fernando R. da Costa e Silva; Dir. Carlos A.R. Queiroz.

ROCHA PARTICIPAÇÕES E SERVIÇOS Ltda., Av. Borges de Medeiros 1.331, 2o, Rio de Janeiro (RJ). Fd. 17.01.85. Cap. reg. 100% Central Bras. de Produções.

ROCHA REPRESENTAÇÕES E SERVIÇOS S.A., ex "Lubrificantes Hyper S.A.", Av. Borges de Medeiros 2331, 2o, Rio de Janeiro (RJ). Cap. reg. 100% Central Bras. de Produções e Empreends. Ltda. Diretoria-Board: Joaquim G. Calçado Fo.; Gilberto F. dos Santos.

ROMACK S.A. INDÚSTRIA E COMÉRCIO, ex "Ltda.", Av. Hermano Ribeiro da Silva s/no, Cocalinho, Barra do Garças (MT). Cap. reg. Cz\$ 14.014.810 (06.05.87). 552.999 ords. + 3,43 m prefs. A + 3.256.608 prefs. B. 99,9% Roberto Marinho.

ROMAR S.A. BANCO DE INVESTIMENTOS, Rio de Janeiro (RJ). Cap. reg. Cz\$ 39.000.000 (31.12.86). Bal. 30.06.87 n.ex. 200,6 m; rec. sem. 124,36 m; prej. sem. 0,235 m. Diretoria-Board: Pres. Roberto I. Marinho; Antonio C.Y. Cardoso, Miguel C.N.P. Gonçalves.

ROMASA CORRETORA DE VALORES MOBILIÁRIOS S.A., Rio de Janeiro (RJ). Cap. reg. Cz\$ 59.136.914 (30.06.87). 50% ords. + idem prefs. 50% de cada = Romas D.T.V.M. Bal. 30.06.87 n.ex. 96,288 m; rec.sem. 43,8 m; l.sem. 4,6 m.

SÃO MARCOS EMPREENDIMENTOS IMOBILIÁRIOS Ltda., ex "Com. e Ind. de Materiais de Construção", Praça Quinze de Novembro 45, 90-100, Rio de Janeiro (RJ). Cap. reg. Cz\$ 150.000.000 (28.07.87). 88,18% COMAR Prods., Particips. e Empreends. Ltda.; 11,82% Roberto Marinho. Participa de - holds a stake in: 50% Dermesil Ltda.

SANTA MARTHA S.A., MINERAÇÃO, Rio de Janeiro (RJ). Cap. reg. Cz\$ 397.564 (31.12.86). 52% COMAR; 48% BP Mineração Ltda., grupo British Petroleum, **Guia Interinvest. Bal. 31.12.86 n.ex. 2,042 m; l.exerc. 0,15 m; particips. controls. 1,826 m (Mineração Manati Ltda.; idem Jangadeiro, Joana).

SHOWMAR PROMOÇÕES E EMPREENDIMENTOS Ltda., Rua Paul Redfern 32, Ipanema, Rio de Janeiro (RJ). Cap. reg. 2/3 RG Prods. e Particips. Ltda., 20% Marcus L. Margulies; 13,4% José N. Margulies.

SIGEM - SISTEMA GLOBO DE EDIÇÕES MUSICAIS Ltda., Rua Visconde de Ouro Preto 75, Rio de Janeiro (RJ). Cap. reg. 67,7% família Marinho.

SIGLA - SISTEMA GLOBO DE GRAVAÇÕES AUDIOVISUAIS Ltda., Rua Assunção 443-4, Rio de Janeiro (RJ). Cap. reg. Cz\$ 4.244.000 (27.10.87). 59,14% Roberto Marinho; 24,48% Comar Produções Particips. e Empreends.; 7% cada - each José Bonifácio de Oliveira Sobrinho e João Alfredo R. de Araújo.

TV BAURÓ Ltda., Baurú (SP). Cap. reg. 99,9% família Marinho.

TV CULTURA MARINGÁ Ltda., Maringá (PR). Cap. reg. 50% Central Bras. de Produções. Participa de - holds a stake in: Roma Agropastoril + Globo Agropec.

TV GLOBO Ltda., + ex "Oficina Mecânica Pacheco Leão", Rua Paul Redfern 32, Rio de Janeiro (RJ). Cap. reg. 87% Roberto Marinho; 3,07% Roberto Irineu M.; 3% cada- each Rogério M., Heloisa M., Hilda M.

TV GLOBO DE JUIZ DE FORA Ltda., Juiz de Fora (MG). Cap. reg. 100% família Marinho.

TV GLOBO DE RECIFE Ltda., Av. Dantas Barreto 1.186, 3o, São José, Recife (PE). Cap. reg. controle = Central Bras. de Prods. e Empreends. Ltda.

TV SÃO JOSÉ DO RIO PRÊTO Ltda., São José do Rio Preto (SP). Cap. reg. 49,5% família Marinho.

TV GLOBO DE SÃO PAULO S.A., Praça Marechal Deodoro 340, 5o, São Paulo (SP). Cap. reg. Cz\$ 104.822.835 (01.06.87). 100% Roberto Marinho.

TV GLOBO DE TAUBATÉ Ltda., Rua Duque de Caxias 216, Taubaté (SP). Cap. reg. 50% Roberto Irineu M.; 50% Antonio C.C. Nogueira.

TV VALE DO PARAÍBA Ltda., Av. Deputado Benedito Matarazzo 9430, São José dos Campos (SP). Fd. 01.09.86. Cap. reg. Cz\$ 1.462.850 (15.09.86). 100% Roberto Irineu Marinho.

VICTORI COMUNICAÇÕES Ltda., Praia de Botafogo 440, 18o, Rio de Janeiro (RJ). Cap. reg. Cz\$ 15.000.000 (27.05.87). 34% Comar Produções; 34% Digilab Laboratório Digital, gr. **Bradesco; 32% Victori Int'l. Engenh. de Telecomunic., Brasil.

Fonte: ATLAS FINANCEIRO DO BRASIL, op. cit., p.295 e seguintes.

ANEXO II

Lista das empresas, incluindo composição acionária e localização, que compõem o grupo Silvio Santos.

AGRO-PECUÁRIA TIAIPÊ S.A., Fazenda Tamakavy, Barra do Garças (MT). Cap. reg. controle = Leon + Senhor + Henrique Abravanel; Mário Albino Vieira.

AGRO-PECUÁRIA TAMAKAVY S.A., idem, São Félix do Araguaia, Barra do Garças (MT). Cap. reg. Cz\$ 79.935.320 (27.04.87). 36.836.553 a 2,17. Controle = Silvio Santos Admin. e Particips. S.C. Ltda.

APOSENTEC - PREVIDÊNCIA PRIVADA S.A., Rua Formosa 367, 11o, São Paulo (SP). Cap. reg. Cz\$ 7.800.000 (31.12.86). 200.000 a 39. Controle = Silvio Santos Adm. e Particips. Bal. 31.12.86 n.ex. 8,45 m; receita-revenue 49,1 m; prej. exerc. 5,368 m. Diretoria-Board: Super. Mário Tadami Seô; Fin. Akio Suzuki; Coml. Rony A. Bastos; Adj. Mário A. Vieira.

BF - UTILIDADES DOMÉSTICAS Ltda., + ex "DCS Assess. de Com. e Servs. S.C. Ltda.", Rua Jaceguai 496, São Paulo (SP). Cap. reg. Cz\$ 272.250.000 (15.07.87). 98% Silvio Santos Adm. e Particips. Ltda.; 1% Mário Albino Vieira; 1% Henrique Abravanel. Socs. gers. Pedro P. Zimmermann, João P. Fassina.

BAU CORRETORA S.A. CÂMBIO E VALORES MOBILIÁRIOS, Rua Líbero Badaró 425, 32o, São Paulo (SP). Cap. reg. Cz\$ 853.860 (30.06.86). 1.995.000 ords. + idem prefs. a 0,214. 100% Bau Financeira. Bal. 30.06.86 n.ex. 8,4 m; renda-revenue sem. 0,011 m; prej. sem. 0,272 m. Diretoria - Board: Super. Antonio Cordon So.; Fin. Hideto Nitta; Oper. Nilso Giacomini; Cons. Henrique Abravanel, Mário A. Vieira.

BAU DISTRIBUIDORA DE TÍTULOS E VALORES MOBILIÁRIOS S. A., idem, São Paulo (SP). Cap. reg. Cz\$ 3.060.090,50 (30.04.87). 7.550 a 405,31. 100% Silvio Santos Adm. e Particips. S.C. Ltda. Bal. 31.12.86 n.ex. 2,774 m; receita-revenue 6,6 m; prej. exerc. 0,637 m; particips. 0,512 m.

BAU FINANCEIRA S.A. CRÉDITO, FINANCIAMENTO E INVESTIMENTOS, idem, 33o, São Paulo (SP). Cap. reg. Cz\$ 67.161.158,97 (31.12.86). 118.473 a 566,89. 100% Silvio Santos Adm. e Particips. S.C. Ltda. Bal. 31.12.86 n.ex. 86,79 m; tits. cambs. 70,235 m; fins. 109,087 m; prej. exerc. 5,999 m; particips. 0,35 m = Bau Corretora. Diretoria - Board: Super. Antonio Cordon So.; Fin. Hideto Nitta; Oper. Nilson Giacomini; Cons. Henrique Abravanel; Luiz S. Sandoval.

CENTRAL SBT DE PRODUÇÕES Ltda., Rua Dona Santa Veloso 575, São Paulo (SP). Cap. reg. Cz\$ 3.329.000 (25.08.87). 75% Silvio Santos Adm. e Particips. Ltda.; 5% SBC Sistema Bras. de Comunicações S.C. Ltda.; 20% Henrique Abravanel.

CDR - CENTRO DE DIVERSÕES SBT DO RECIFE Ltda., Rua do Hospício 382, Recife (PE). Cap. reg. controle = Silvio Santos Adm. e Particips. S.C. Ltda.

CENTRO DE DIVERSÕES SBT DE SÃO PAULO S.A., Rua Jaceguai 496, 7o, São Paulo (SP). Cap. reg. controle = Silvio Santos Adm. e Particips. S.C. Ltda.; Dinâmica Corret. Previd. Privada; DCS Assess. de Com. e Servs.; BF Utilidades Domésticas; Liderança Capitalização; Dinâmica Prom. e Vendas; Lojas Tamakavy; PREVINAQ Prev. Nacional; OMED Organização Médica S.C. Ltda.; Bau Financeira; Panamer. de Seguros; Perícia Adm. e Corret. de Seguros; Bau Distribuidora; Pan Clube Assist. Social; Silvio Santos Factoring Ltda.; Constec Prestadora de Serviços; VIMAVE Admra. de Bens; VIMAVE Vila Maria Veículos Ltda.; VIMAVE Pacaembu Veículos.

CHANSON COSMÉTICOS Ltda., São Paulo (SP). Cap. reg. 97% Silvio Santos Adm. e Particips. S.C. Ltda.; 1% Henrique A.; idem Mário A. Vieira, idem Leon Abravanel.

CLAM CLUBE DE ASSISTÊNCIA MÉDICA Ltda., São Paulo (SP), Cap. reg. Cz\$ 3.813.750 (16.06.87). 50% Sílvia Santos Particips. S.C. Ltda.; 25% Henrique Abravanel; idem Mário A. Vieira.

CONTEC - PRESTADORA DE SERVIÇOS S.C. Ltda. Rua São Bento 272, São Paulo (SP), Cap. reg. 50% Sílvia Santos Adm. e Particips.; 25% Mário Albino Vieira; 25% Henrique Abravanel.

DINÂMICA PROMOÇÕES E VENDAS Ltda., Rua Jaceguai 476, Bela Vista, São Paulo (SP). Cap. reg. 90% Sílvia Santos Adm. e Repres. Ltda. Socios gers. René Saller, João P. Passina.

LIDERANÇA CAPITALIZAÇÃO S.A. Rua Línero Badaró 425, 27o, São Paulo (SP). Cap. reg. Cz\$106.722.000 (30.06.87). 12.600 a 8.470. Controle = Sílvia Santos Adm. e Particips. Ltda. Bal. 30.06.87 n. ex. 356,342m; receita-revenue sem. 117,87m; l. sem. 70,879m; particips. 19,01m Diretoria Board: Super. Antonio B. Leite; Admin. Fin. José F. de Souza; Coml. Alexandre G. do Couto; Adj. Mário A. Vieira.

LOJAS TAMAKAVY Ltda., Via Anhanguera km 19-20, São Paulo (SP). Cap. reg. Cz\$118.788.461,36 (15.07.87). 100% Sílvia Santos Adm. e Particips. Ltda.

PANAMERICANA DE SEGUROS S.A., Rua Jaceguai 400, 1o, São Paulo (SP). Cap. reg. Cz\$42.560-000 (30.06.87). 152.000.000 s.v.n. 98% Sílvia Santos Adm. e Particips. S.C. Ltda. Bal. 30.06.87 n. ex. 135.845m; prem. lic. sem. 34,8m; prej. sem. 16,963 m; particips. 28,53m. Diretoria-Board: Sup. Roberto S. Ramos Jr.; Admin. Fin. Dirceu Ribeiro; Oper. Josef Berensztejn; Adj. João P. Passina.

PERÍCIA - ADMINISTRAÇÃO E CORRETAGEM DE SEGUROS S.C. Ltda., São Paulo (SP). Cap. reg. 98% Sílvia Santos Adm. e Particips. Ltda.

PREVINAC PREVIDÊNCIA NACIONAL, Rua Jaceguai 400, 1o, São Paulo (SP). Patrim. liq. 30.06.87 neg. 37,528m; rendas-revenue 91, 4m; prej. sem. 13,458m; imóveis-real estate 106m.

PUBLICIDADE SÍLVIO SANTOS Ltda., Rua Dr. Dantas Velloso 575, São Paulo (SP). Cap. reg. 95,5% Sílvia Santos Adm. e Particips. Ltda.

SBC - SISTEMA BRASILEIRO DE COMUNICAÇÕES S.C. Ltda., São Paulo (SP). Cap. reg. Cz\$22.000 (15.08.86). 50% Sílvia Santos Adm. e Particips. S.C. Ltda.; 25% cada-each Mário A. Vieira + Henrique Abravanel. Participa de - holds a stake in: Central SBT de Produções Ltda.

SÍLVIO SANTOS ADMINISTRAÇÃO E PARTICIPAÇÕES S.C. Ltda., Rua Jaceguai 496, 7o, São Paulo (SP). Cap. reg. Cz\$430.077.830 (jun. 87). 98% Senhor Abravanel; 1% Henrique idem, 1% Mário A. Vieira.

SÍLVIO SANTOS INFORMÁTICA Ltda., idem 480, São Paulo (SP). Cap. reg. 98% Sílvia Santos Adm. e Particips. Ltda.; 1% cada-each Mário A. Vieira + Henrique Abravanel.

SÍLVIO SANTOS PREVIDÊNCIA PRIVADA S.A., idem 400, São Paulo (SP). Cap. reg. 50% Sílvia Santos Adm. e Particips.; 25% Mário A. Vieira; idem Henrique Abravanel.

TV SBT CANAL ONZE DO RIO DE JANEIRO, Campo de São Cristovão 105, Rio de Janeiro (RJ). Cap. reg. Cz\$59.905.000 (19.10.87). 99,9% Senhor Abravanel; 0,1% Henrique.

TVS - CANAL 3 DE NOVA FRIBURGO Ltda., Rua Figueira de Melo 448, São Cristovão, Rio de Janeiro (RJ). Cindida de - split from: TV Studios Rio de Janeiro Ltda. Cap. reg. Cz\$2.617.312,50 (29.12.86). 97,86% Senhor Abravanel; 2,13% Carmen Torres Abravanel.

TVS - CANAL 4 DE SÃO PAULO S.A., ex "SBT - Sistema Brasileiro de Televisão S.C. Ltda.", São Paulo (SP). Cap. reg. 99% Senhor Abravanel; 1% Henrique idem.

TVSBT CANAL 5 DE BELÉM S.A., Rua Da. Santa Veloso 575, Vila Guilherme, São Paulo (SP) Cap. reg. Cz\$5.920.000 (30.04.87). 14.800.000 a 0,40. 99% Cín

tia Abravanel; 1% Carmen Torres A.

TVSBT - CANAL 5 DE PORTO ALEGRE S.A., idem, São Paulo (SP). Cap. reg. Cz\$ 5.550.000 (30.04.87). 22,2 m a 0,25. 99% Cintia Abravanel; 1% Carmen Torres A.

TV - STÚDIOS SÍLVIO SANTOS Ltda., São Paulo (SP). Cap. reg. 70% Senor Abravanel; 10% Mário A. Vieira; idem Henrique + idem Leon Abravanel.

VIMAVE - ADMINISTRADORA DE BENS S.C. Ltda., Rua Guaranésia 1248, São Paulo (SP). Cap. reg. Cz\$ 8.512.000 (10.11.87). 51% Sílvio Santos Adm. e Particips. S.C. Ltda.; 12% Mário A. Vieira; idem Henrique Abravanel; 25% Ascensão S. Kouyomdjian.

VIMAVE MOTOS Ltda., idem, São Paulo (SP). Cap. reg. Cz\$ 2.660.000 (09.06.87). 95% VIMAVE Vila Maria Veículos Ltda.

VIMAVE PACAEMBU VEÍCULOS Ltda., São Paulo (SP). Cap. reg. Cz\$ 9.240.000 (09.06.87). 95% VIMAVE Vila Maria Ltda. Socs. gers. Carlos V. Ayudarte, Ascensão S. Kouyomdjian.

VIMAVE VILA MARIA VEÍCULOS Ltda., idem, São Paulo (SP). Cap. reg. Cz\$ 63.242.010 (09.06.87). 25% Ascensão S. Kouyomdjian; 37,5% cada-each Henrique Abravanel + Mário Albino Vieira.

.....
.....

Fonte: ATLAS FINANCEIRO DO BRASIL, op. cit., p.575 e seguintes.

ANEXO III

Proposta popular - Pela Democratização dos Meios de Comunicação - as sinada por 32.279 cidadãos e com o apoio de 49 entidades da sociedade civil:

PROPOSTA DE DISPOSITIVO CONSTITUCIONAL

Dispõe sobre o direito à Comunicação à natureza e o acesso aos veículos de comunicação; cria o Conselho Nacional de Comunicação

Inclua-se onde couber:

I — Do Direito à Comunicação

Art. — A comunicação é um bem social e um direito fundamental da pessoa humana e a garantia de sua viabilização é uma responsabilidade do Estado.

Art. — Todo cidadão tem direito, sem restrições de qualquer natureza, inclusive do Estado, à liberdade de opinião e expressão e este direito inclui a liberdade de procurar, receber e transmitir informações e idéias por quaisquer meios.

Art. — Aos cidadãos, através de instituições representativas, é assegurado o direito de participar da definição das políticas de comunicação.

Art. — A comunicação deve estar a serviço do desenvolvimento integral da Nação, da eliminação das desigualdades e injustiças e da independência econômica, política e cultural do povo brasileiro.

Art. — A imprensa, o rádio, a televisão, os serviços de transmissão de imagens, sons e dados por qualquer meio, serão regulados por lei, atendendo às suas funções sociais e tendo por objetivo a consecução de políticas democráticas de comunicação no País.

Art. — Fica definido que os serviços de telecomunicações e de comunicação postal é monopólio estatal, tendo como princípio o atendimento igual a todos.

II — Da Natureza dos Veículos de Comunicação.

Art. — Os veículos de comunicação, inclusive os meios impressos, serão explorados por fundações ou sociedades sem fins lucrativos.

Art. — A administração e a orientação intelectual ou comercial das pessoas jurídicas mencionadas neste artigo são privativas de brasileiros natos.

III — Do Conselho Nacional de Comunicação

Art. — Fica instituído o Conselho Nacional de Comunicação, com competência para estabelecer, supervisionar e fiscalizar políticas nacionais de comunicação, abrangendo as áreas de imprensa, rádio, televisão e serviços de transmissão de imagens, sons e dados por qualquer meio.

Art. — Compete ao Conselho Nacional de Comunicação a outorga, renovação e revogação das autorizações e concessões para uso de frequência e canais de rádio e televisão e serviços de transmissão de imagens, sons e dados por qualquer meio.

Art. — O Conselho Nacional de Comunicação é composto por 15 (quinze) brasileiros natos em pleno exercício de seus direitos civis, sendo 2 (dois) representantes de entidades empresariais, 5 (cinco) representantes de entidades representativas de profissionais da área da comunicação, 7 (sete) representantes de entidades de categorias profissionais e de setores populares e 1 (um) representante de instituição universitária.

Art. — As entidades integrantes do Conselho Nacional de Comunicação serão designadas pelo Congresso Nacional, para mandato de 2 (dois) anos, observado o previsto em lei.

Art. — Os representantes das entidades integrantes do Conselho Nacional de Comunicação não poderão exercer mais de um mandato consecutivo.

Art. — Para viabilizar o desempenho das funções do Conselho Nacional de Comunicação, a União destinará ao órgão uma parcela da arrecadação de impostos e taxas previstos em lei.

Art. — O Conselho Nacional de Comunicação poderá fazer repasses do seu orçamento aos órgãos de execução e fiscalização que, na forma da lei, forem criados para implementar suas decisões.

Art. — Ficam criadas as seções estaduais do Conselho Nacional de Comunicação, em cada unidade da Federação, integradas por 15 (quinze) brasileiros natos em pleno exercício de seus direitos civis, indicados por entidades da mesma natureza das integrantes do Conselho Nacional, a serem designadas pelas Assembléias Legislativas para um mandato de dois anos.

Art. — Compete às seções estaduais do Conselho Nacional de Comunicação, a supervisão e fiscalização da execução das políticas de comunicação em âmbito regional.

Art. — A lei regulamentará as atribuições e o funcionamento do Conselho Nacional de Comunicação, bem como os critérios da função social e ética do rádio e da televisão.

IV — Da Democratização e Acesso aos Veículos de Comunicação

Art. — Em cada órgão de imprensa, rádio e televisão será constituído um Conselho Editorial, com membros eleitos pelos profissionais de comunicação, incumbido de definir a linha de atuação do veículo.

Art. — Os partidos políticos, as organizações sindicais, profissionais e populares, têm direito a utilização gratuita da imprensa, do rádio e da televisão, segundo critérios a serem definidos por lei.

Art. — É garantido a qualquer cidadão ou entidades, o direito de resposta, na forma da lei.

Art. — Nos períodos eleitorais os partidos têm direito a tempos de utilização do rádio e da televisão, regulares e equitativos, na forma da lei.

V — Dos Serviços de Radiodifusão.

Art. — Dependem de concessão ou autorização da União, outorgadas em caráter precário, através do Conselho Nacional de Comunicação, atendidas as condições previstas em lei:

§ — O uso de frequência de rádio e televisão.

§ — a instalação e o funcionamento de televisão direcional e por meio de cabo.

§ — a instalação e o funcionamento de outros serviços de transmissão de imagens, sons e dados por qualquer meio.

§ — a retransmissão pública, no território nacional, de rádio, televisão e dados via satélite.

Art. — O Conselho Nacional de Comunicação mandará publicar, anualmente, as frequências disponíveis em cada unidade da federação e qualquer um poderá provocar a licitação.

Art. — As concessões ou autorizações só poderão ser suspensas por sentença fundada em infração definida em lei, que regulará o direito à renovação.

Art. — Com a finalidade de impedir a concentração da propriedade dos meios de comunicação, fica estabelecido que cada concessionário poderá ser titular de apenas uma autorização ou concessão para execução de serviço de rádio, televisão e serviços de transmissão de imagens, sons e dados por qualquer meio.

Art. — Os concessionários que acumularem mais de uma autorização ou concessão para execução de serviço de radiodifusão deverão optar pela execução de um dos serviços objetos de autorização ou concessão, devendo os demais ficar disponíveis para redistribuição através de licitação pública.

Art. — Fica vedado o controle indireto das autorizações e concessões para execução de serviços de radiodifusão por terceiros e concessão.

ANEXO IV

Texto do Capítulo V, Título VIII (Da Comunicação) aprovado na primeira votação da Constituinte. Os comentários, em destaque, são da Federação Nacional dos Jornalistas:¹

Art. 251 - A manifestação do pensamento, da criação e expressão, bem como a informação, sob qualquer forma, processo de veiculação, não sofrerão qualquer restrição, observado o disposto nesta Constituição.

§ 1º - Nenhuma lei conterá dispositivo que possa constituir embaraço à plena liberdade de informação jornalística em qualquer veículo de comunicação social, observado o disposto no art. 6º, §§ 5º e 10.

§ 2º - É vedada toda e qualquer censura de natureza política, ideológica e artística. Compete à lei federal:

I - regular as diversões e espetáculos públicos, cabendo ao Poder Público informar sobre a natureza dos mesmos e as faixas etárias, locais e horários nos quais sua apresentação se mostre inadequada;

II - estabelecer os meios legais que garantam à pessoa e à família a possibilidade de se defenderem de programas ou programações de rádio e televisão que contrariem o disposto no Art. 252 e incisos, bem como da propaganda de produtos, práticas e serviços que possam ser nocivos à saúde e ao meio ambiente.

A ampla liberdade de expressão e a recusa de qualquer tipo de censura sempre foi uma reivindicação dos setores progressistas. Os grandes empresários da comunicação conseguem ser até mais radicais do que os setores progressistas na defesa da liberdade de expressão. Desde que o controle dos veículos de comunicação de massa continue em mãos privadas e comerciais.

§ 3º - Os meios de comunicação social não podem, direta ou indiretamente, ser objeto de monopólio ou oligopólio.

Esse dispositivo que foi defendido ardorosamente pela esquerda, é apresentado como uma grande novidade. No entanto, trata-se da incorporação de uma proposta formulada pela Associação Brasileira das Emissoras de Rádio e Televisão (ABERT), que é controlada pela Rede Globo. Puro formalismo jurídico que não garante nada.

§ 4º - A publicação de veículo impresso de comunicação independente de licença de autoridade.

Art. 252 - A produção e a programação das emissoras de rádio e televisão atenderão aos seguintes princípios:

I - preferência por finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas;

II - promoção da cultura nacional e regional e estímulo à produção independente que objetive a sua divulgação;

III - regionalização da produção cultural, artística e jornalística conforme percentuais estabelecidos em lei;

IV - respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família.

O texto desse artigo e seus incisos foram aceitos pelo empresário de radiodifusão. De caráter genérico, pode continuar letra morta.

Art. 253 - A propriedade de empresas jornalísticas e de radiodifusão é privativa de brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos, aos quais caberá a responsabilidade pela sua administração e orientação intelectual.

Dispositivo imposto por algumas grandes empresas, com o apoio do Ministério das Comunicações, para legalizar a situação de diversos estrangeiros naturalizados brasileiros que, inconstitucionalmente, controlam grandes empresas de comunicação, como Victor Civita (Editora Abril) e Adolfo Bloch (Rede Manchete, Editora Bloch). Rompendo com uma tradição constitucional que vem desde 1946.

§ 1º - É vedada a participação de pessoa jurídica no capital social de empresa jornalística ou de radiodifusão, exceto a de partidos políticos e de sociedade cujo capital pertença exclusiva e nominalmente a brasileiros.

§ 2º - A participação referida no parágrafo anterior só se efetuará através de capital sem direito a voto e não poderá exceder a trinta por cento do capital social.

O primeiro parágrafo inicia com um preceito que é coerente com a restrição (a estrangeiros) feita no artigo 253. Porém, inova ao abrir a participação de pessoas jurídicas, através de ações sem direito a voto que poderá chegar até 30% do capital. É uma abertura ainda que ressalvada, para sócios ocultos.

Art. 254 - 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.

Mantém o sentido da atual legislação que atribui ao Presidente da República (no caso de concessões) e ao Ministro das Comunicações (no caso de permissões) o poder arbitrário para decidir sobre as outorgas, que podem beneficiar, inclusive, seus parentes.

A última parte, defendida pelos empresários, foi incluída para garantir a perenidade do subsistema "privado", que no atual contexto reduz-se à condição de sinônimo de "comercial". Não se afirma mais a natureza essencialmente pública dos serviços de radiodifusão, como ocorre na legislação vigente.

§ 1º - Compete ao Congresso Nacional apreciar o ato, em regime de urgência, a partir do recebimento da mensagem, no prazo do art. 68, §§ 2º e 4º.

A participação do Congresso, mesmo à posteriori, é um dos poucos avanços obtidos. Como está formulado, porém, esse parágrafo impede a hegemonia do Executivo nas definições do setor.

§ 2º - A não renovação da concessão ou permissão dependerá da manifestação de dois quintos do Congresso Nacional em votação nominal.

Atualmente, a decisão sobre renovação de concessões e permissões, tal como a competência de outorga, é prerrogativa arbitrária e pessoal do Presidente da República e do Ministro das Comunicações.

§ 3º - O ato de outorga ou renovação somente produzirá efeitos legais após deliberação do Congresso Nacional, na forma dos §§ 1º e 2º deste artigo.

§ 4º - O cancelamento da concessão ou permissão, antes de vencido o prazo, depende de decisão judicial.

Esse parágrafo institui salvaguardas para defender os concessionários e permissionários da arbitrariedade do Presidente da República e do Ministério das Comunicações. Depois de dar, eles não poderiam tirar. Seria uma medida saudável se a competência de outorga tivesse sido democratizada.

§ 5º - O prazo de concessão ou permissão será de dez anos para as emissoras de rádio e de quinze anos para as emissoras de televisão.

Não há nenhuma justificativa para o prazo das concessões e permissões ser fixado na Constituição. É mais uma flagrante vitória dos interesses privados comerciais que não querem correr riscos de ter sua atuação pública julgada e serem submetidos com periodicidade à revisão de suas concessões e permissões.

Art. 255 - Para os efeitos do disposto neste capítulo, o Congresso Nacional instituirá como órgão auxiliar, o Conselho de Comunicação Social, na forma da lei.

O Conselho, como está previsto, nem de longe corresponde às expectativas dos setores mais democráticos. Terá caráter meramente consultivo e sua composição não prevê a participação da sociedade civil, como queria a Fenaj. A emenda popular "pela democratização dos meios de comunicação" atribuía ao conselho ampla autonomia para outorgar e rever as concessões de rádio e TV.

- 1) Comentários preparados pela Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ) sobre o texto levado à votação dos parlamentares e aqui transcrito conforme aprovado. In: Jornal do Jornalista. Brasília, FENAJ, abril de 1988.

ANEXO V

As concessões após 1981

A questão da propriedade de televisão e rádio adquiriu maior visibilidade depois do "festival de concessões" do Governo Figueiredo e foi tema de debate público em algumas esferas da sociedade civil, chegando mesmo aos jornais, por ocasião da Constituinte.

Em outubro de 1987, por exemplo, na Faculdade de Comunicação Social do Instituto Metodista de Ensino Superior, foi realizado o Tribunal da Comunicação/87, presidido pelo jurista Dalmo Dallari, com o advogado Luiz Eduardo Greenhalgh na promotoria e como advogado de defesa Luiz Bueno de Aguiar. A sentença diz que o sistema brasileiro de concessões de rádio e TV deve deixar de ser "instrumento de mercantilismo capitalista, da corrupção cartorial e da barganha moral de favores pessoais" e "transformar-se num instrumento democrático de transmissão honesta de informações e de expressão da vontade autêntica do povo brasileiro".

A jornalista Ilara Viotti, em matéria publicada na revista Senhor, de 14 de julho de 1987, e transcrita pelo Jornal do Jornalista¹, informou que 200 parlamentares, isto é 35% da Assembleia Nacional Constituinte, são proprietários de meios de comunicação. Entretanto, só 75 desses parlamentares confirmam a propriedade, participação acionária ou vinculação com emissoras, conforme indica o quadro apresentado a seguir:

Os donos de rádio e tv no Congresso Nacional

São os seguintes os constituintes que admitem possuir concessões de rádio e tv:

- 1 - Antônio Carlos Franco (PMDB-SE)
Rádio e TV Atalaia/TV Sergipe
- 2 - Antônio Mariz (PMDB-PB)
Sócio da Rádio de Souza FM Ltda
- 3 - Arteni Werner (PDS-SC)
Rádio Serrana/Rádio Alvorada
- 4 - Benedito de Andrade (PDS-MG)
Rádio Correio da Serra, Barbacena
- 5 - Marcy Poza (PDS-RS)
Rádio Difusora de Bento Gonçalves
- 6 - Bello Braz (PMDB-GO)
Rádio Jornal de Goiás/Rádio Clube de Goiânia
- 7 - Ewton Bonkoski (PMDB-PR)
Rádio Colombo, Curitiba
- 8 - Espedito Machado (PMDB-CE)
Rádio Educadora de Crateus
- 9 - Feres Nader (PDT-RJ)
TV Sol Fluminense e Rádio Barra Mansa
- 10 - Francisco Coelho (PFL-MA)
TV Difusora e AM em São Luís. Em sociedade com Magno Naveira e Luiz Rocha. TV e Rádio Rio Balsas
- 11 - Francisco Rossi (PDT-SP)
Rádio Difusora Oeste, Osasco
- 12 - Gerardo Bulhões (PMDB-AL)
Rádios em Rio Largo, Arapiraca, Maceió FM e Carreiros do Sertão (Santana do Ipameri)
- 13 - Nelson Peres (PDS-PA)
Rádio Tocantins
- 14 - Helio Costa (PMDB-MG)
Rádio Sucesso, Barbacena
- 15 - Henrique Eduardo Alves (PMDB-RN)
Rádio Clube/TV Cabugi (Globo) sendo instalada
- 16 - Humberto Souto (PFL-MG)
Rádio Educadora de Montes Claros
- 17 - Jales Fontoura (PFL-GO)
Rádio Sociedade Vera Cruz de Goiânia, pleiteante FM
- 18 - Jesus Tajra (PFL-PI)
TV e Rádio Pioneira, Teresina
- 19 - José Camargo (PDS-SP)
Dois rádios em São Paulo
- 20 - José Carlos Martinez (PMDB-PR)
TV Curimá (Cascavel), TV Paraná OM Ltda (Cur-

- itiba), TV Tropical (Londrina)
- 21 - José Mendonça Bezerra (PFL-PE)
Sócio da rede de quatro rádios em Caruaru, Pernambuco
- 22 - João Campos (PFL-MT)
Rádio e TV Brasil Oeste
- 23 - Leuz Lomanto (PFL-BA)
Sócio da Rádio Bahiana de Jequié
- 24 - Luis Vianna Neto (PMDB-BA)
TV Aratu/Rádio Difusora Sul da Bahia
- 25 - Mahuly Neto (PFL-SP)
30% de uma rádio em Aracatuba
- 26 - Manoel Ribeiro (PMDB-PA)
Rádio Marajó
- 27 - Mauro Sampaio (PMDB-CE)
Vale do Garil, Juazeiro
- 28 - Milton Reis (PMDB-MG)
Rádio Difusora de Pocos de Caldas
- 29 - Paes Lândim (PFL-PI)
Rádio Alvorada do Sertão em São José do Piauí (de propriedade de um irmão, Paulo Henrique, do PMDB)
- 30 - Paulo Pimentel (PTB-PR)
TV Iguaçu
- 31 - Pedro Ceolin (PFL-ES)
Rádio Cultura de Linhares
- 32 - Siqueira Campos (PDS-GO)
Rádio Siqueira Campos, em Celina de Goiás
- 33 - Vieira da Silva (PDS-MA)
Rádio e TV Ribamar, São Luís AM e TV em Santa Inês
- 34 - Osvaldo Coelho (PFL-PE)
Rádio Grande Rio/Rádio Serra de Arapirina
- 35 - João Calmon (PMDB-ES)
Condomínio dos Diários Associados
- 36 - Laureimberg Nunes Rocha (PDM-MP)
Rádio Cultura de Mato Grosso
- 37 - Rita Furtado (PFL-RD)
Sócio de Odacir Soares em três rádios
- 38 - Odacir Soares (PFL-RO)
Rádio e TV Sociedade de Rondônia, Sócio de três rádios no seu Estado
- 39 - Marcelino Gadelha (PFL-PB)
Rádio Jornal de Souza AM

- 40 - Arnold Fioravante (PDS-SP)
Sócio da Rede Capital
- 41 - José Elias (PTB-MS)
TV Dourados/Rádio Dourados
- 42 - Inocencio Oliveira (PFL-PE)
Rádio Voz do Sertão, em Serra Talhada
- 43 - Fernando Gomes (PMDB-BA)
Difusora Sul da Bahia/Rádio Clube de Itabuna (numa, ele é sócio majoritário, no outro irmão, Daniel, é sócio majoritário)
- 44 - Sarney Filho (PFL-MA)
TV e Rádio Mirante (Imperatriz); Rádio Mirante de Bacabal FM; Rádio Mirante de Pinheiro FM. Sócio de José Teixeira em uma rádio em Timon
- 45 - Edison Lobão (PFL-MA)
Participação acionária em rádio em Imperatriz
- 46 - Cunha Bueno (PDS-SP)
Admite possuir uma rádio em seu Estado
- 47 - Mateus Jensen (PMDB-PR)
Rádio Marumbi
- 48 - José Queiroz (PFL-SE)
Sócio da Rádio Princesa da Serra, em Itabalana
- 49 - Alair Ferreira (PFL-RJ)
TV Norte Fluminense
- 50 - Edgar Vanderley (PMDB-RN)
Rádio Difusora do Rio Grande do Norte
- 51 - Estanislau Araújo (PMDB-PE)
Rádio Cultura de Aracaju
- 52 - Nogueira e Lacerda (PMDB-PE)
Em um dos prédios da rádio ligada à diocese de Petrolina, Fundação Emissora Rural Voz do São Francisco
- 53 - Albano Franco (PMDB-SE)
Rádio e TV Atalaia
- 54 - Raul Relem (PMDB-MG)
Rádio Araguari
- 55 - Virgílio Galassi (PDS-MG)
TV Parnaíba, Uberlândia
- 56 - Aécio Teixeira (PMDB-RJ)
Ganha rádio em Itaperuna
- 57 - Mauricio Nasser (PMDB-PR)
Rádios em Cascavel e Curitiba
- 58 - Aécio de Oliveira (PFL-RJ)

- TV Rio, em sociedade com o pastor Fanini, Rádio Ze Lida, no Sul do Estado do Rio, em nome da mulher. Tem mais rádios em seu nome
- 59 - Levy Dias (PFL-MS)
Rádio FM Canarinho/Rádio AM Cultura de Campo Grande
- 60 - Aécio Neves (PMDB-MG)
30% das ações de uma rádio em Nanuque
- 61 - José Teixeira (PFL-MA)
Rádio em Timon, em sociedade com Sarney Filho
- 62 - Luis Vianna Filho (PMDB-BA)
TV Aratu/Rádio Difusora Sul da Bahia
- 63 - Lucio Alcântara (PFL-CE)
Participação acionária numa rádio em seu Estado
- 64 - Sadie Hauache (PFL-AM)
TV Ajuricaba, Manaus
- 65 - Alcant Guerra (PFL-PR)
Rádio Rapaz de Pato Branco
- 66 - Guilherme Palmeira (PFL-AL)
Rádio Pajuçara, cujo sócio majoritário é o irmão Godofredo
- 67 - José Agripino Maia (PFL-RN)
Rádio Tropical, em Natal
- 68 - Carlos Alberto (PTB-RN)
TV Ponta Grossa. Há 60 dias em funcionamento
- 69 - Ivan Bando (PMDB-SC)
Grupo Barriga Verde de Comunicações, em nome da esposa, Maria Odete
- 70 - César Cals Neto (PDS-CE)
Rádio Dragão do Mar, em Fortaleza
- 71 - Furtado Leite (PDS-CE)
Rádio Vale do Rio Poti, Crateus
- 72 - Mario Bouchardet (PMDB-MG)
Rádio Sociedade Ponte Nova
- 73 - João Cunha (PMDB-SP)
Tevê em Ribeirão Preto
- 74 - Angelo Magalhães (PFL-BA)
Assim como seu irmão, o ministro ACM, é sócio da TV Bahia
- 75 - Luis Eduardo Magalhães (PFL-BA)
Seu pai, o ministro, é sócio da TV Bahia. A família tem muito interesse no setor de radiodifusão

Viotti informa também que 11 dos constituintes que integravam a Comissão da Família, Ciência, Tecnologia, Comunicação e Educação, da Cosntituinte, eram proprietários de meios de comunicação.

É importante ressaltar que o parágrafo único, do artigo 38, do Código Brasileiro de Telecomunicações, expressamente afirma que "não poderá exercer a função de diretor ou gerente de empresa concessionária de rádio ou televisão quem esteja no gozo de imunidade parlamentar ou de foro especial".²

No fim do Governo Figueiredo, os jornais denunciaram que em seis anos daquela administração foram feitas 634 concessões de rádio e TV³, sendo que só nos últimos quatro meses totalizaram 140, assim distribuídas⁴:

outubro de 1984	14 concessões
nobembro de 1984	15 concessões
dezembro de 1984	20 concessões
janeiro de 1985	17 concessões
fevereiro de 1985	36 concessões
março de 1985 (até o dia 6)	04 concessões
março de 1985 (entre 6 e 15)	34 concessões

O grande volume de concessões preocupou o presidente eleito Tancredo Neves, porque, como disse o Ministro das Comunicações Antonio Carlos Magalhães, "foi um festival de apoio a quem não votou em Tancredo Neves"⁵. Daí a revisão daquelas concessões ocorridas entre dezembro de 1984 e 15 de março de 1985. Entretanto não foram revistas a 140 concessões do período, mas somente "entre 60 e 70", como disse o Secretário-Geral do Ministério das Comunicações.⁶

É relevante observar que os funcionários encarregados de fazer a revisão das concessões foram exatamente os mesmos responsáveis pelos pareceres favoráveis para as concessões originais: o Secretário-Geral, Rômulo Villar Furtado, e o Secretário do Serviço de Rádiodifusão, Lourenço Chebab, do Ministério das Comunicações. Ambos naquelas funções há mais de 11 anos, isto é, desde os governos anteriores.

A manutenção dos funcionários do regime militar (segundo o

[Jornal do Jornalista, Rômulo Furtado "foi mantido no cargo durante a Nova República graças ao apoio de Roberto Marinho, da Globo"⁷⁾ foi caracterizada pela Deputada federal Cristina Tavares como de continuismo, declarando que "o Secretário-Geral do Ministério das Comunicações, Rômulo Furtado, foi quem leiloou, entre políticos malufistas, as concessões de rádio e televisão distribuídas no final do Governo João Figueiredo. O próprio Furtado, hoje um malufista arrependido, controla, com seu grupo, 12 concessões de rádio e televisão em Rondônia"⁸. Para a Deputada, em depoimento ao autor, ter Furtado como responsável pela revisão das concessões "é o mesmo que ter a raposa para controlar a porta do galinheiro".

No Governo José Sarney, conforme denúncia de Daniel Herz no IX Encontro de Jornalistas do Rio de Janeiro, realizado na ABI, Associação Brasileira de Imprensa, em novembro de 1987, em menos de dois anos e meio foram registradas 345 concessões de emissoras de rádio e televisão, sendo que "segundo jornalistas e radialistas do Maranhão denunciam e estão documentando, a família Sarney controla 18 concessões de rádio e TV no Maranhão, inclusive com concessões outorgadas durante o próprio Governo Sarney"⁹.

1. Sarney dá canal de TV a parentes. *Jornal do Jornalista*. Brasília, ago/setembro de 1987, p.8.
2. SANTOS, Reinaldo. *Vade-Mécum da Comunicação*. Rio de Janeiro, Edições Trabalhistas, 1988, p.128.
3. MARKUN, Paulo e NERY, Emanuel. Figueiredo fez 634 concessões de rádio e TV. *Folha de São Paulo*. São Paulo, 14 de março de 1985.
4. Haroldo de Mattos assinou concessões até o último dia. *Jornal do Brasil*. Rio de Janeiro, 22 de março de 1985.
5. Governo cancela concessão de rádio e televisões. *Jornal do Brasil*. Rio de Janeiro, 20 de março de 1985.
6. Idem.
7. Tancredo fez ACM um superministro. *Jornal do Jornalista*. Brasília, abril de 1988, p.6.
8. Cristina denuncia continuismo. *Folha de São Paulo*. São Paulo, 2 de julho de 1985.
9. A comunicação analisada em debate quente. *Nossa Pauta*. Rio de Janeiro, dezembro de 1987, p.13.

BIBLIOGRAFIA

- ALBUQUERQUE, Manoel M. *Pequena história da formação social brasileira*. Rio de Janeiro, Graal, 1981.
- ALMEIDA FILHO, Hamilton. *O ópio do povo*. Extra - realidade brasileira. São Paulo, Ed. Símbolo/Ed. Extra, 1976.
- ANUÁRIO Brasileiro de Mídia 1985-1986. São Paulo, Editora Meio & Mensagem.
- _____. 1987-1988. São Paulo, Editora Meio & Mensagem.
- ANUÁRIO Estatístico do Brasil 1986. Rio de Janeiro, Fundação IBGE.
- ARQUIDIOCESE de São Paulo. *Brasil: nunca mais*. Petrópolis, Vozes, 1985.
- A SEGMENTAÇÃO do mercado com base no consumidor. São Paulo, *Sistema Brasileiro de Televisão*, mimeo., s/data, s/ indicação de autor.
- ATLAS Financeiro do Brasil. Rio de Janeiro, Interinvest Editora, 1988.
- AVILA, Carlos R. A. *A teleinvasão: a participação estrangeira na televisão no Brasil*. São Paulo, Cortez/UNIMEP, 1982.
- BUCCI-GLUCKSMANN, Christine. *Gramsci e o estado*. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1980.
- CANCLINI, Nestor G. *As culturas populares no capitalismo*. São Paulo, Brasiliense, 1983.
- CAPARELLI, Sergio. *Comunicação de massa sem massa*. São Paulo, Cortez, 1982.
- CARDOSO, Miriam Limoeiro. *Ideologia do desenvolvimento - Brasil: JK-JQ*. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1978.
- CARVALHO, Elizabeth et alli. *Anos 70 - televisão*. Rio de Janeiro, Europa, 1979-1980.
- CASTRO, Antonio Barros de e SOUZA, Francisco E.P. *A economia brasileira em marcha forçada*. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1985.

- CAZENEUVE, Jean. *Guia alfabético das comunicações de massa*. Lisboa, Portugal, Lexis, 1978.
- CÓDIGO Brasileiro de Telecomunicações. Departamento Nacional de Telecomunicações do Ministério das Comunicações, Brasília, s/data.
- COELHO NETO, José T. *O que é indústria cultural*. São Paulo, Brasiliense, 1980.
- COSTA, Alcir et alli. *Um país no ar*. São Paulo, Brasiliense/Funarte, 1986.
- _____. As categorias de Gramsci e a realidade brasileira; In: *Presença*. São Paulo, Caetés, nº 8, agosto de 1986.
- COUTINHO, Carlos N. *A democracia como valor universal e outros ensaios*. Rio de Janeiro, Salamandra, 1984.
- DREIFUSS, René A. *A conquista do estado*. Petrópolis, Vozes, 1987.
- ECO, Umberto. *Como se faz uma tese*. São Paulo, Perspectiva, 1983.
- _____. *Apocalípticos e integrados*. São Paulo, Perspectiva, 1970.
- ENCONTRO INTERNACIONAL DE JORNALISMO. Tradução e edição de textos Ricardo A. Setti. Rio de Janeiro, Europa, 1988.
- ERAUSQUIN, M.A. et alli. *Os teledependentes*. São Paulo, Summus, 1983.
- FREDERICO, Maria E.B. *História da comunicação, rádio e tv no Brasil*. Petrópolis, Vozes, 1982.
- FRIGOTTO, Gaudêncio. *A produtividade da escola improdutiva: um (re)exame das relações entre educação e estrutura econômico-social capitalista*. São Paulo, PUC (tese de doutoramento)
- FRYDMAN, Lyba. Pequena história da TV. In: *Revista Briefing*, São Paulo, Logos, setembro de 1980.
- FURTADO, André. *Dinâmica sócio-econômica da América Latina*. In: *Novos Estudos CEBRAP*. São Paulo, CEBRAP, nº 14, fevereiro de 1986.

- GITLIN, Todd. Prime time ideology: the hegemonic process in television entertainment. In: NEWCOMB, Horace (organizador). *Television: the critical view*. New York, EUA e Oxford, Grã-Bretanha, Oxford University Press, 1987.
- GOLDMAN, Lucien. *A criação cultural na sociedade moderna*. Lisboa, Portugal, Editorial Presença, 1972.
- _____. *Ciências humanas e filosofia*. São Paulo, DIFEL, 1979.
- GOMES, Pedro G. Notas sobre a família, TV e crianças. In: *Nova Fase*. s/local e s/editora, nº 24, vol. IX, jan. / abr. 1982.
- GRAMSCI, Antonio. *Concepção dialética da história*. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 1981.
- _____. *Literatura e vida nacional*. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 1968.
- _____. *Maquiavel, a política e o estado moderno*. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 1980.
- _____. *Os intelectuais e a organização da cultura*. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 1982.
- GUARESCHI, Pedrinho A. *Comunicação e poder*. Petrópolis, Vozes, 1987.
- HERZ, Daniel. *A história secreta da rede Globo*. Porto Alegre, Tche, 1987.
- IANNI, Octavio. *A ditadura do grande capital*. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 1981.
- _____. *Classe e nação*. Petrópolis, Vozes, 1986.
- _____. *Estado e planejamento econômico no Brasil (1930-1970)*. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, s/data.
- _____. (organizador). *Marx*. São Paulo, Ática, 1982.
- KATZ, Chaim et alli. *Dicionário crítico da comunicação*. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1971.
- LIMA, Luiz C. (organizador). *Teoria da cultura de massa*. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1982.

- MACBRIDE, Sean (coordenador). *Un solo mundo voces múltiples*. Cidade do México, Fondo de Cultura Economica, 1980.
- MACCHIOCCHI, Maria Antonietta. *A favor de Gramsci*. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1980.
- MARSCHALL, Rick. *History of television*. New York, Gallery Books, 1986.
- MATTELART, Armand. *Multinacionais e sistemas de comunicação*. São Paulo, Livraria e Editora Ciências Humanas, s/data.
- MARX, Karl e ENGELS, F. *A ideologia alemã*. Lisboa, Portugal, Presença, 1980.
- _____. *Obras escogidas*. Madri, Espanha, Editorial Ayusso, Tomo I, 1975.
- _____. *Obras escolhidas*. São Paulo, Alfa-Omega, volumes 1, 2 e 3, s/data.
- MENDES, Osvaldo. 30 anos de TV. E não foi impunemente... *Folha de São Paulo* (Folhetim), São Paulo, 29 de setembro de 1980.
- MERCADO BRASILEIRO DE COMUNICAÇÃO. Presidência da República do Brasil. Brasília, Secretaria de Imprensa e Divulgação, s/data.
- MILANESI, Luiz A. *O paraíso via Embratel*. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1978.
- 1978-1988: *O que mudou na propaganda*, São Paulo, Meio & Mensagem, 1988.
- OLIVEIRA, Francisco. *A economia brasileira: crítica à razão dualista*. Petrópolis, Vozes/CEBRAP, 1981.
- _____. *A economia da dependência imperfeita*. Rio de Janeiro, Graal, 1977.
- _____. *O elo perdido*. São Paulo, Brasiliense, 1986.
- OLIVEIRA SOBRINHO, José Bonifácio. *Televisão e educação*. Palestra na Escola Superior de Guerra, Rio de Janeiro, 1979.
- PEREIRA, Carlos A.M. e MIRANDA, Ricardo. *Televisão*. São Paulo, Brasiliense, 1983.

- PIGNATARI, Decio. *Signagem da televisão*. São Paulo, Brasiliense, 1984.
- PLANO DE COMUNICAÇÃO - TV SBT. Departamento de Marketing to Sistema de Televisão. São Paulo, julho de 1987.
- PLASTINO, Carlos A. (coordenador). *A internacionalização da produção no Brasil e seus efeitos*. Rio de Janeiro, PUC, mimeo., s/data.
- PLASTINO, Carlos A. e BOUZAS, Roberto (organizadores). *A América Latina e a crise internacional*. Rio de Janeiro, Graal, 1985.
- PORTELLI, Hughes. *Gramsci e o bloco histórico*. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1977.
- PRADO, João R. *TV quem vê quem*. Rio de Janeiro, Eldorado, 1963.
- RUMMERT, Sonia. *Os meios de comunicação como aparelhos de hegemonia*. Rio de Janeiro, FGV/IESAE (dissertação de mestrado), 1986.
- SANTOS, Reinaldo. *Vade-mécum da comunicação*. Rio de Janeiro, Edições Trabalhistas, 1988.
- SILVA, Carlos E.L. *Muito além do Jardim Botânico*. São Paulo, Summus, 1985.
- SODRÉ, Muniz. *O monopólio da fala*. Petrópolis, Vozes, 1984.
- SODRÉ, Nelson W. *História da imprensa no Brasil*. São Paulo, Martins Fontes, 1983.
- SOUZA, Claudio M. *15 anos de história - Jornal Nacional*. Rio de Janeiro, TV Globo, 1984.
- TAVARES, Zulmira R. Um mestre de cerimônias obsessivo: a forma em televisão. In: *Novos Estudos CEBRAP*. São Paulo, CEBRAP, v. 1, 4, novembro de 1982.
- VERON, Eliseo. La palabra adversativa. In: *El discurso político: lenguajes y acontecimientos*. Buenos, Hachette, s/data.
- WERTHEIN, Jorge (organizador). *Meios de comunicação: realidade e mito*. São Paulo, Nacional, 1979.
- WURZEL, Alan. *Television production*. New York, EUA, McGraw-Hill, 1979.

Jornais

ALMIRANTE Barros Nunes: Rede e TV estão unidos. *Diário de São Paulo*, São Paulo, 27 de jun. 1975.

ARTAXO, Vera. Assistente do diabo. *Folha de São Paulo - Folhetim*, São Paulo, 29 de set. 1980.

ASHFORD, Moyra. Investors show cards. *TV World*. In: Telex de Jader de Oliveira para Richard Civita, do grupo Abril, transcrevendo a matéria e datado de 16 de mar. 1981.

BANDEIRANTES explica seu contrato. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 1 de out. 1980.

BANDEIRANTES faz rede por satélite. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 9 de out. 1980.

BANDEIRANTES fecha acordos com jornais. *Folha de São Paulo*, 6 de ago. 1981.

BERROCAL, S. Um panorama de televisão na América Latina. *Jornal do Brasil*, Rio de Janeiro, 8 de abr. 1982.

BLOCH também faz muitas promessas. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 27 de mar. 1981.

BLOCH agradece a Figueiredo rede de TV. *O Globo*, Rio de Janeiro, 2 de abr. 1981.

BLOCH diz que não passa TV. *Jornal do Brasil*, Rio de Janeiro, 2 de abr. 1981.

BLOCH e SBT ganham TVs. *O Estado do Paraná*, Curitiba, 20 de mar. 1981.

BLOCH e Silvio Santos não querem as dívidas da Tupi. *Jornal do Brasil*, Rio de Janeiro, 11 de jun. 1981.

BLOCH e Silvio Santos não querem assumir dívidas trabalhistas da TV Tupi. *Jornal do Brasil*, Rio de Janeiro, 9 de jun. 1981.

CANAIS de Suez. *Luta Democrática*. Rio de Janeiro, 22 de mar. 1981.

CASTRO, Tarso. Deu JB, e a Abril só perde de gol contra. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 25 de set. 1980.

_____. Sai "Time-Life", entra Bandeirantes-Giscard. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 30 de set. 1980.

_____. Quem vai ser quem na televisão de 81. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 2 de dez. 1980.

CASTRO FILHO, A. Na Itália, mil estações de televisão lucram e refletem o caos do país. *O Estado de São Paulo*, 13 de set. 1981.

COM transmissor lacrado, TV Rio agora sob despejo. *Jornal do Brasil*. Rio de Janeiro, 13 de abr. 1977.

COMO foi o processo de licitação. *Folha de São Paulo*, 20 de mar. 1981.

A COMUNICAÇÃO analisada em debate quente. *Nossa Pauta*. Rio de Janeiro, dezembro de 1987.

COMUNICAÇÕES começa a rever concessões de TV. *Jornal do Brasil*. Rio de Janeiro, 18 de março de 1985.

CONCESSÃO: novos canais. *Última Hora*, Rio de Janeiro, 24 de jan. 1981.

CONCESSÕES de TV já passam por revisão. *Jornal do Brasil*. Rio de Janeiro, 21 de março de 1985.

CONTRATO das novas TVs adiado por mais 60 dias. *O Estado de São Paulo*, São Paulo, 24 de jun. 1981.

CONTRATO das novas TVs sai dia 25. *O Estado de São Paulo*, São Paulo, 3 de maio 1981.

CONTRATOS de concessão de canais de TV serão assinados até o dia 31. *Jornal do Brasil*, Rio de Janeiro, 10 de jul. 1981.

CONTRATOS de concessão de canais são assinados. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 20 de ago. 1981.

A CRISE na TV brasileira. *Jornal do Comércio*, Rio de Janeiro, 15 e 16 de jun. 1980.

CRISTINA denuncia continuísmo. *Folha de São Paulo*. São Paulo, 2 de julho de 1985.

- CRITICADA concessão de canais. *O Estado de São Paulo*. São Paulo, 29 de jan. 1981.
- DECISÃO esperada há oito meses. *O Estado de São Paulo*, São Paulo, 20 de mar. 1981.
- DECRETO doa canais de televisão. *Diário do Paraná*, Curitiba, 20 de mar. 1981.
- DEFINIDA a concessão de canais. *O Estado de São Paulo*, São Paulo, 20 de mar. 1981.
- UMA DENÚNCIA: infração na concorrência das TVs. *Jornal da Tarde*, São Paulo, 6 de jan. 1981.
- DESAFIO da competição acelera mercado da TV. *Jornal do Comércio*, Rio de Janeiro, 7 de maio 1981.
- DEZ anos sem Chateaubriand. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 4 de abr. 1978.
- DUTRA, Maria H. A última emissão de TV. *Jornal do Brasil*, Rio de Janeiro, 7 de abr. 1977.
- E se fez silêncio. *Correio Braziliense*, Brasília, 28 de mar. 1981.
- ELOGIOS para a concessão dos 2 canais de tevê. *Jornal da Bahia*, Salvador, 21 de mar. 1981.
- EMEDIATO, Luiz F. & WILSON, Marcos. A verdadeira vida de Silvio Santos. *O Estado de São Paulo*, São Paulo, 18 de out. 1987.
- EMPRESÁRIOS do setor manifestam preocupação. *O Estado de São Paulo*, São Paulo, 20 de mar. 1981.
- FERNANDES, Rodolfo. Concessão de rádio e TV preocupa Tancredo. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 16 de dez. 1984.
- OS FESTIVAIS da honestidade. *Folha de São Paulo - Folhetim*, São Paulo, 29 de set. 1980.
- FIGUEIREDO admite que existe monopólio na TV. *O Estado de São Paulo*, 30 de jul. 1980.
- FUNCIONÁRIOS negam que provocaram impasse. *O Estado de São Paulo*, São Paulo, 23 de jun. 1981.
- FREITAS JR., Osmar. O marcapasso da Record. *O Estado de São Paulo*, São Paulo, 22 de fev. 1988.

GOVERNO cancela concessão de rádio e televisões. *Jornal do Brasil*. Rio de Janeiro, 20 de março de 1985.

GOVERNO concede TVs aos grupos Bloch e Silvio Santos. *Jornal do Brasil*, Rio de Janeiro, 20 de mar. 1981.

GOVERNO decide promover venda da cadeia de TV Associados. *Jornal do Brasil*, Rio de Janeiro, 21 de jun. 1980.

GOVERNO diz que duas novas de TV são equilibradas. *Jornal do Brasil*, Rio de Janeiro, 31 de jul. 1980.

GOVERNO pode anunciar hoje solução para os contratos de televisão. *O Estado de São Paulo*, São Paulo, 23 de jun. 1981.

GRUPO Abril poderá arrendar a TV Tupi. *Diário Popular*, São Paulo, 23 de jun. 1980.

GRUPOS que disputam redes de TV preocupados com volume da dívida. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 7 de mar. 1981.

HAROLDO de Mattos assinou concessões até o último dia. *Jornal do Brasil*. Rio de Janeiro, 22 de março de 1985.

HAROLDO de Mattos será convocado. *Jornal de Brasília*, Brasília, 26 de mar. 1981.

IMPASSE leva à definição da concessão de TV. *Jornal do Brasil*, Rio de Janeiro, 3 de mar. 1981.

JB e Havelange adquirem 80% da TV Record do Rio. *Jornal do Brasil*, Rio de Janeiro, 29 de set. 1985.

JUSTIÇA extingue Condomínio Associado. *O Estado de São Paulo*, São Paulo, 30 de dez. 1976.

LO PRETE, Renato. Antonio Ermírio diz que não quer Manchete. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 22 de jun. 1987.

MANCHETE e SBT ficam com as TVs. *Cidade de Santos*, Santos, 20 de mar. 1981.

MANCHETE e SBT ganham concorrência sobre TV. *Diário do Grande ABC*, Santo André, 20 de mar. 1981.

MARKUN, Paulo e NERY, Emanuel. Figueiredo fez 634 concessões de rádio e TV. *Folha de São Paulo*. São Paulo, 14 de março de 1985.

A MEIA idade da sra. televisão. *Jornal do Brasil*. Rio de Janeiro, 7 de abr. 1977.

MENDES, Osmar. 30 anos de TV. E não foi impunemente... *Folha de São Paulo* - Folhetim, São Paulo, 29 de set. 1980.

MERCADO de anúncios vai sofrer mudanças. *Folha de São Paulo*, 21 de mar. 1981.

MINISTRO confirma: a concessão das TVs. pode ser cancelada, *O Estado de São Paulo*, São Paulo, 25 de jun. 1981.

MINISTRO vai depor sobre novas TVs. *O Fluminense*, Niterói, 26 de mar. 1981.

NO ar, a dúvida das novas emissoras de TV. *O Estado de São Paulo*, São Paulo, 21 de mar. 1981.

NOVA tevê, com velhas imagens. *O Estado de São Paulo*, São Paulo, 20 de ago. 1981.

NOVA TV deve aproveitar funcionários do canal 2. *O Povo*, Fortaleza, 21 de mar. 1981.

AS NOVAS tevês. *Jornal da Tarde*, São Paulo, 20 de mar. 1981.

UMA NOVA tentativa para comprar a Record. *Jornal da Tarde*, São Paulo, 20 de jul. 1985.

OSCAR Bloch sorri. A Manchete ganhou sua TV? *Jornal da Tarde*, São Paulo, 10 de jan. 1981.

PARA Golbery, dois são três. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 13 de jan. 1981.

PARANAPANEMA compra TV Manchete por 80 milhões de dólares. *Tribuna da Imprensa*, Rio de Janeiro, 16 de dez. 1987.

A PASSEATA dos funcionários da Tupi. É um protesto contra Adolpho Bloch. *O Estado de São Paulo*, São Paulo, 21 de fev. 1981.

PINTO, José N. As novas tevês, *Jornal do Brasil*, Rio de Janeiro, 6 de abr. 1981.

PICILLO, Giovana. O controle da Record nas mãos de um só grupo. *Gazeta Mercantil*, São Paulo, 16 de out. 1987.

A POBREZA cultural. *O Estado de São Paulo*, São Paulo, 20 de mar. 1981.

POLÍTICOS pedirão a Figueiredo solução para caso da TV Tupi. *Jornal do Brasil*, Rio de Janeiro, 20 de jun. 1980.

OS PREPARATIVOS da Bloch para a concorrência. *Gazeta Mercantil*, Rio de Janeiro, 25 de jul. 1980.

PROBLEMAS financeiros e trabalhistas atrasam as redes de TV. *Folha da Tarde*, São Paulo, 26 de maio 1981.

O QUE poderá mudar com a crise econômica? *Jornal da Tarde*, São Paulo, 25 de ago. 1983.

RADIALISTAS lamentam. *O Estado de São Paulo*, São Paulo, 20 de mar. 1981.

RAMOS, M.C. & LIMA, V.A. Do direito de ser informado. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 16 de fev. 1984.

RECORD uma novela perto do fim. *Jornal da Tarde*, São Paulo, 9 de maio 1987.

REDES ficam com Manchete e Silvío Santos. *Diário da Manhã*, Goiânia, 20 de mar. 1981.

AS REDES da (des) integração. *Folha de São Paulo - Folhetim*, São Paulo, 29 de set. 1980.

REDES de televisão tem 9 concorrentes. *O Estado de São Paulo*, São Paulo, 30 de set. 1980.

RIDING, Alan. One man's political views color Brazil's TV eye. *The New York Times*, Nova York, EUA, 12 de jan. 1967.

SAI o decreto das concessões. *Correio Braziliense*, Brasília, 26 de mar. 1981.

SÃO PAULO conhece hoje mais uma emissora de TV. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 19 de ago. 1981.

SAMPAIO, Rafael. A TV nos Estados Unidos. *O Globo*, Rio de Janeiro, 26 de dez. 1983.

SBT ganha concessão de TV no DF. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 2 de fev. 1985.

SBT quer alcançar liderança com campanha da W/GGK. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 13 de nov. 1987.

SBT e Manchete ganham TVs. *Correio do Estado*, Campo Grande, MT, 20 de mar. 1981.

SBT e Manchete ficam com as TV. *Diário Comércio e Indústria*. São Paulo, 20 de mar. 1981.

SILVIO Santos e Manchete ganham canais. *Folha de Goiás*, Goiânia, 20 de mar. 1981.

SILVIO Santos já tem a TV. *Diário do Povo de Campinas*, Campinas, 20 de mar. 1981.

TANCREDO fez ACM um superministro. *Jornal do Jornalista*. Brasília, abril de 1988.

TÁVOLA, Artur. Curiosidades sobre a TV no Brasil. *O Globo*, Rio de Janeiro, 14 de jul. 1975.

_____. A revolucionária presença da TV nas salas de aula. *O Globo*, Rio de Janeiro, 29 de maio 1980.

_____. Usar a TV em vez de ser usado por ela. *O Globo*, Rio de Janeiro, 31 de maio 1980.

_____. Afinal para quantas redes nacionais de tevê há mercado real no Brasil. *O Globo*, Rio de Janeiro, 11 de ago. 1980.

TELEVISÃO. *Jornal do Brasil*, Rio de Janeiro, 18 de maio 1988.

TV Bloch e Silvio Santos vencem. *Cidade de Santos*, Santos, 20 de mar. 1981.

TV Globo, símbolo da integração do Brasil. *O Globo*, Rio de Janeiro, 16 de dez. 1984.

TV Manchete não terá importados. *A Província do Pará*, Belém, 29 de mar. 1981.

TV povão. *Jornal da Tarde*, São Paulo, 20 de fev. 1982.

TVs: governo não amplia prazo. *O Estado de São Paulo*, São Paulo, 11 de jun. 1981.

A TVS pretende demitir mais de cem empregados. *O Estado de São Paulo*, São Paulo, 12 de abr. 1984.

TV Tupi, 25 anos do tamanho do Brasil. *Diário de São Paulo*, São Paulo, 18 de set. 1975.

TIRADENTES, J.A. A partilha do mercado da Tupi. *Gazeta Mercantil*, São Paulo, 24, 25 e 26 de dez. 1980.

_____. Satélite agiliza crescimento da rede Bandeirantes. *Gazeta Mercantil*, São Paulo, 29 de set. 1982.

TUPI: a formação de suas novas redes, com cinco canais cada uma? *Jornal da Tarde*, São Paulo, 25 de jul. 1980.

30 anos de TV: um debate sobre o futuro e o presente. *Folha de São Paulo - Folhetim*, São Paulo, 29 de set. 1980.

VIEIRA, Geraldinho. Enquanto a rede global reina absoluta ... *Correio Braziliense*, Brasília, 3 de maio de 1987.

VILLAS-BOAS, Luciana. História não é só memória. *Jornal do Brasil* (Caderno Idéias), Rio de Janeiro, 18 de jun. 1988.

VIOTTI, Ilara. Sarney dá canal de TV a parentes. *Jornal do Jornalista* (transcrição da revista Senhor). Brasília, ago/setembro de 1987.

Revistas

- ARI, Wilma. 30 anos da Record, os bons tempos não voltam mais. *Revista Crítica da Informação*, São Paulo, Costa E-ditores Associados, ano I, nº 5, dez./jan. 1984.
- O ATACADO do Sr. Globo. *Senhor*, São Paulo, nº 36, 27/1/87.
- BALANÇO Anual. *Gazeta Mercantil*, São Paulo, 1987.
- UMA BRIGA de audiência que vale US\$400.000.000! *VC Magazi-ne*, Rio de Janeiro, ano 2, s/data.
- BROOCK, Anthony. TV: the squared-eyed leveller? *Features*, Paris, França, UNESCO, nº 783, 1983.
- DEZ Anos após Chateaubriand. *Negócios em Exame*, São Paulo, 12 de abr. 1978.
- DOMINGO. *Jornal do Brasil*, Rio de Janeiro, ano 12, nº 603, 22 de nov. 1987.
- DRUMOND, Carlos. Um império contra-ataca. *Senhor*. São Pau-lo, nº 364, 14 de mar. 1988.
- ENTREVISTA a Guilherme Stoliar. *Meio & Mensagem*, São Pau-lo, 5 de out. 1987.
- ENTREVISTA A João Saad. *Meio & Mensagem*, São Paulo, 17/8/87.
- FREITAS JR., Osmar. Luciano Callegari - o homem atrás do palco. *Status*, São Paulo, abr. 1985.
- HORA da mexida geral. *Veja*, São Paulo, 21 de set. 1983.
- OS HOMENS mais ricos do mundo. *Imprensa*, São Paulo, Feeling, ano I, nº 2, out. 1987.
- A IMAGEM do espaço. *Boletim da Rede Bandeirantes*. São Pau-lo, nº 41, 4 a 11 de out. 1982.
- KUPPER, José P & SERRANO, Luiz R. A reforma da TV. *Isto É*, São Paulo, 30 de jul. 1980.
- LANCELLOTTI, Silvio. Quem vive sem a Globo? *Isto É*, São Pau-lo, 16 de jan. 1980.
- MANCHETE agradece a Figueiredo. *Manchete*, Rio de Janeiro, 18 de abr. 1981.

MARKUN, Paulo. VC em revista. *Imprensa*, São Paulo, Feeling, ano I, nº 2, out. 1987.

MARKUN, Paulo & PRIOLLI, Gabriel. O estilingue contra o raio laser. *Imprensa*, São Paulo, Feeling, ano I, nº 8, abr. 1988.

UM NEGÓCIO chamado televisão. *Meio & Mensagem*, São Paulo, Informe Especial, nº 25, 1984.

NO ar, a televisão brasileira. *Propaganda*, São Paulo, nº 229, nov. 1975.

NOSSO Século 1969/1980 (partes I e II). São Paulo, Abril Cultural, 1986.

QUEM é quem. *Visão*, São Paulo, 1987.

RETRATO do Brasil. São Paulo. Editora Três/Editora Política. Fascículos 1, 2, 4, 12, 15, 17, 18, 20, 29, 32, 34 e 39, s/data.

REVISTA Abert. *Abert*. Brasília, nº 22, maio 1987.

O SABER saiu das escolas? *Visão*, São Paulo, 28 de abr. 1982.

TV Manchete. *Manchete*, Rio de Janeiro, 4 de abr. 1981.

A TROCA da coroa. *Veja*, São Paulo, 27 de jan. 1988.