



UNIVERSIDAD DE SALAMANCA

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

TESIS DOCTORAL

**La Televisión en Brasil: de las redes privadas a la implantación de la
televisión pública, La TV Brasil.**

Trabajo de Tesis presentado por:

MARIA DO SOCORRO TOMAZ PALITÓ SANTOS

Directores

Marta F. Fuertes Martínez y Ángel Badillo Matos

Universidad de Salamanca

Facultad de Ciencias Sociales

Departamento de Sociología y Comunicación

Tesis doctoral

La televisión en Brasil: de las redes privadas a la implantación de la televisión
pública, La TV Brasil

Trabajo de tesis presentado por:

Maria do Socorro Tomaz Palitó Santos

Directores

Marta F. Fuertes Martínez y Ángel Badillo Matos

Salamanca, 2015

Agradecimientos

Primero quiero agradecer a Dios por estar conmigo en cada momento y por iluminar mi mente cuando todo parecía imposible.

Mi agradecimiento especial a mis tutores, los profesores Ángel Badillo Matos y Marta Fuertes, por compartir sus conocimientos y por su apoyo, indispensable para que lograra llegar al fin de esta camino. Muchas gracias.

A los profesores del programa de doctorado Juan José Igartua, José Gomez Isla, Lifen Chen, Begoña Gutiérrez San Miguel y José Carlos Lozano Rendón.

A Universidade Estadual da Paraíba, por proporcionarme las condiciones necesarias para la realización de esta tesis y en especial a su ex Reitora, la profesora Marlene Alves, cuyo apoyo fue esencial.

A mi marido Antonio Carlos y a mis hijos Carlos Augusto, Bruna Carla y Livia Caroline por ser la razón de mi vida.

A mis padres y mis hermanos, por darme el ánimo necesario para seguir adelante con mi sueño.

A mis cuñados Carlos Eduardo Guimarães y Carmem Helena, por el apoyo incondicional y la amistad solidaria en todos los momentos.

A Carlos Alejandro Rueda Angarita, yerno querido, padre de mi nieto amado, Alejandro.

A Pavlova Cristinne, generosa y buena amiga, por su apoyo desde los primeros instantes en Salamanca. Muchas gracias.

A los compañeros del Departamento de Comunicación Social, por la amistad y el compañerismo de muchos años.

A mis compañeros de doctorado Alex, Anakena, Carol, Bruno, Maite, Pablo; muchas gracias por la compañía y amistad.

A Tania Acosta, Claudia Galhardi y Ana Silva, por haberlas conocido y disfrutado de su amistad.

A Elena Palacios y a José; agradezco haberlos conocidos y disfrutar de sus amistades. Ustedes hicieron mis días en Salamanca más felices. Amistad para siempre.

A Fernando Firmino da Silva por la amistad, generosidad y permanente disposición en ayudarme y apoyarme. Muchas gracias.

A Adriana Alves y Michely Wadja, siempre en mi corazón.

A las profesoras Maria das Graça Targino y Alisson Dias Gomes, por el cariño y amistad.

A Simone Loureiro y al profesor Fernando Gil, cuya colaboración fue indispensable en los primeros pasos en mi llegada a Salamanca.

Mi agradecimiento especial y de todo corazón a Rute y João da Mata por el apoyo y la amistad verdadera, indispensable para que pudiera seguir adelante en los momentos de tanta incertidumbre. Gracias.

Quiero agradecer, desde lo más profundo de mi corazón, a todas las personas que no se ha nombrado, pero que colaboraron conmigo en la realización de esta tesis doctoral.

- I. “Se, no Brasil, a televisão é o centro de gravidade do espaço público e, por extensão, da própria cultura, a televisão pública é o campo essencial em que a cultura deveria ganhar vida e visibilidade para além dos critérios de mercado. Uma televisão pública forte e criativa só pode existir num ambiente de liberdade, de vias abertas para a diversidade de opiniões e idéias e horizontes mais largos para o pensamento” (Ministerio da Cultura, 2006).

Índice general

Introducción	1
1. Televisión pública y esfera comunicacional: el estado de la cuestión	9
1.1 Medios públicos y democracia	10
1.2 Antecedentes en la investigación del audiovisual público en Brasil	17
2. Estructura y planteamiento de la investigación	22
2.1 Objetivos.....	23
2.2 Hipótesis y preguntas de investigación.....	26
2.3 Diseño metodológico	27
3. La televisión pública en Brasil: tejiendo los hilos de la historia.....	35
3.1 El modelo brasileño de televisión privada.....	45
3.2 Emisoras del campo público de la comunicación.....	60
3.3 El mercado de emisoras y redes en Brasil	76
3.3.1 Red Record de Televisión.....	78
3.3.2 Red Globo de Televisión	82
3.3.3 Red Bandeirantes	93
3.3.4 Sistema Brasileño de Televisión-SBT	95
3.3.5 Red TV!	97
4. El marco regulatorio de la radiodifusión en Brasil	100
4.1 La política de integración nacional y el desarrollo de la televisión privada..	117
4.2 La Nueva República y la redemocratización del país.....	120
5. La TV Brasil en el contexto del gobierno de Luiz Inácio Lula da Silva (2003-2010).....	126
5.1 I Foro Nacional de TVs Públicas.....	139
5.2 La Medida Provisoria 398/2007: el enfrentamiento político	145

5.3 EBC: la gestora del servicio de radiodifusión público brasileño	157
5.3.1 El modelo de financiación de los medios públicos.....	161
5.3.2 Estructura Organizacional de la EBC	169
5.4 La TV Brasil	178
5.4.1 La Programación.....	180
5.5 La red nacional de comunicación pública/televisión	198
6. Conclusiones	205
7. Referencias	211
ANEXO 1. CARTA DE BRASÍLIA	234
Manifesto pela TV Pública independente e democrática.....	234
ANEXO 2. LA MEDIDA PROVISORIA 398	239
Medida Provisória nº 398, de 10 de Outubro de 2007	239
ANEXO 3. LEI 11.652/2008	250
Ley nº 11.652, de 7 de abril de 2008	250
ANEXO 4. DECRETO-LEI 236/1967	264
Decreto-Lei nº 236, de 28 de fevereiro de 1967	264
ANEXO 5. CODIGO BRASILEIRO DE TELECOMUNICAÇÕES – LEY 4117 DE 1962.....	276
Lei nº 4.117, de 27 agosto de 1962.....	276
ANEXO 6. DECRETO 6.689 DE 11 DEZEMBO DE 2008.....	314
Decreto nº 6.689, de 11 dezembro de 2008	314
ANEXO 7. TRANSCRIPCIÓN DE LAS ENTREVISTAS REALIZADAS	337

Índice de tablas

Tabla 1: Evolución de los domicilios con TV	49
Tabla 2: Las primeras emisoras educativas creadas entre 1968 y 1974	62
Tabla 3: Hábitos de consumo de medios por la población brasileña (2015)	72
Tabla 4: Gastos en publicidad-Gobierno Federal 2014 (%)	72
Tabla 5: Cobertura Geográfica de la TV Abierta	77
Tabla 6: Situación actual del Grupo Record	80
Tabla 7: Número de emisoras comerciales por red.....	85
Tabla 8: Situación actual del Grupo Globo	86
Tabla 9: Situación actual del Grupo Bandeirantes de Comunicación	95
Tabla 10: Ingresos realizados – 2008 a 2015 (en millones de reales)	165
Tabla 11: Servicios prestados por la EBC para la Secretaria de Comunicación Social del Gobierno Federal.	166
Tabla 12: Inversión en producción y coproducción.....	168
Tabla 13: Parrilla de programación de la TV Brasil.....	189
Tabla 14 : Producciones externas y modelos de negocio	192
Tabla 15: Indicadores de la UNESCO para la televisión pública.....	196
Tabla 16: Emisoras generadoras y retransmisoras de la RNCP - TV	200
Tabla 17: Emisoras generadoras que forman parte de la RNCP - TV	202

Índice de gráficos

Gráfico 1: Inversión en publicidad por el Gobierno Federal en 2014	70
Gráfico 2: Audiencia de las Redes – 18 h. a 00 h. (lunes a domingo).....	83

Índice de ilustraciones

Ilustración 1: Assis Chateaubriand en el estudio de la TV Tupi	46
Ilustración 2: Página web de la TV Cultura.....	74
Ilustración 3: Página web de la TV Record	78
Ilustración 4: Página web de la TV Globo.....	84
Ilustración 5: Página web de la TV Bandeirantes.....	94
Ilustración 6: Página web del SBT	96
Ilustración 7: Página web de la Red TV	98
Ilustración 8: Proyección de domicilios con TV (Mil) - 2014.....	112
Ilustración 9: Presidente de la ABPEC, Jorge da Cunha Lima, leyendo la <i>Carta de Brasilia</i>	141
Ilustración 10: Presidente Lula en el I Foro Nacional de TVs Públicas	143
Ilustración 11: Página web de la EBC	157
Ilustración 12: Organigrama de la EBC.....	169
Ilustración 13: Página web de la TV Brasil	178
Ilustración 14: Programa de estreno de la TV Brasil.....	184

RESUMEN

La tesis investiga la implantación de La TV Brasil durante la gestión del presidente Luiz Inácio Lula da Silva a partir de la Empresa Brasil de Comunicación (EBC) creada en 2007 para gestionar el sistema público de comunicación. Nuestro estudio de caso es La TV Brasil, primera emisora de televisión pública nacional. El problema de investigación aborda la toma de decisión del gobierno de crear esta emisora pública y las implicaciones y el posible impacto sobre el mercado de emisoras privadas. Para aproximarse al fenómeno, se adoptó un referencial teórico a partir de la reflexión teórico-conceptual acerca de la televisión pública, marco regulatorio de la televisión, mercado de televisión y contexto histórico de la televisión brasileña en perspectiva con los modelos de Europa y América Latina. El abordaje metodológico se centra en una investigación cualitativa, con delineamiento de estudio de caso y técnicas para la recogida de datos basadas en la investigación bibliográfica, documental y la realización de entrevistas semiestructuradas con investigadores del área de la comunicación. Los resultados de la investigación indican una estrategia política en la creación de La TV Brasil y de la EBC (Empresa Brasil de Comunicación) con el objetivo de permitir la visibilidad y la entrada en la agenda de temas que no encuentran espacio en emisoras comerciales. Se concluye, además, que la implantación de La TV Brasil por medida provisoria (MP) evitó la discusión y fue una forma de evitar posibles iniciativas políticas que retardaran la implantación de la televisión pública nacional durante el gobierno del presidente Lula.

Palabras clave: La TV Brasil, TV pública, radiodifusión, reglamentación, concentración de los medios.

ABSTRACT

The thesis investigates the deployment of La TV Brasil during the administration of President Luiz Inacio Lula da Silva from Empresa Brasil de Comunicação – EBC, created in 2007 to manage the public system of communication. Our case study is the first national public TV broadcaster, La TV Brasil. The research problem concerns the government's decision-in creating the public broadcaster and its implications and the possible impact on the market of private broadcasters. To understand the phenomenon adopted a theoretical framework from the theoretical and conceptual reflection on public television, regulatory television history, television market and historical context of Brazilian television in perspective with the models in Europe and Latin America. The methodological approach is focused on qualitative research with case study design and techniques for data collection based on bibliographic research, desk research and conducting semi-structured interviews with researchers from the field of communication. Research results indicate a political strategy in the creation of La TV Brasil and EBC (Empresa Brasil de Comunicação) to allow the visibility and a new schedule of topics that do not find space on commercial broadcasters. Furthermore, it was concluded that the implementation of La TV Brasil by provisional measure (MP) avoided the discussion and was taken as a measure to prevent potential political initiatives that would slow the implementation of the national public television during the government of President Lula.

Keyword: Brazil TV, Public television, broadcasting, regulation, media concentration.

RESUMO

A tese investiga a implantação da La TV Brasil durante a gestão do presidente Luiz Inácio Lula da Silva a partir da Empresa Brasil de Comunicação - EBC criada em 2007 para gerir o sistema público de comunicação. O nosso estudo de caso é a La TV Brasil, primeira emissora de TV pública nacional. O problema de pesquisa versa sobre a tomada de decisão do governo em criar a emissora pública e as implicações e o possível impacto sobre o mercado de emissoras privadas. Para compreensão do fenômeno adotou-se um referencial teórico a partir da reflexão teórico-conceitual acerca da televisão pública, marco regulatório da televisão, mercado de televisão e contexto histórico da televisão brasileira em perspectiva com os modelos da Europa e América Latina. A abordagem metodológica é centrada em pesquisa qualitativa com delineamento de estudo de caso e técnicas para coleta de dados baseado em pesquisa bibliográfica, pesquisa documental e a realização de entrevistas semiestruturadas com investigadores da área da comunicação. Os resultados da investigação indicam uma estratégia política na criação da La TV Brasil e da EBC (Empresa Brasil de Comunicação) visando permitir a visibilidade e um novo agendamento de temas que não encontram espaço em emissoras comerciais. Conclui-se, ainda, que a implantação da La TV Brasil por medida provisória (MP) evitou a discussão e foi tomada como uma medida para evitar possíveis iniciativas políticas que retardariam a implantação da televisão pública nacional durante o governo do presidente Lula.

Palavras-chaves: La TV Brasil, TV pública, radiodifusão, regulamentação, concentração da mídia.

Listado de abreviaturas y siglas

- ABCCOM** - Asociación Brasileña de Canales Comunitarios
- ABEPEC** - Asociación Brasileña de las Emisoras Públicas, Educativas y Culturales
- ABERT** - Asociación Brasileña de Emisoras de Radio y Televisión
- ABRAÇO** - Asociación Brasileña de las Radios Comunitarias
- ABTA** - Asociación Brasileña de Televisión de Pago
- ABTU** - Asociación Brasileña de Televisión Universitaria
- ACERP** - Asociación de Comunicación Educativa Roquette Pinto
- ADI** - Acción Directa de Inconstitucionalidad
- ADJORI BRASIL** - Asociación de periódicos y revistas del interior
- AESP** - Asociación de Emisoras del Estado de São Paulo
- ALTERCOM** - Asociación Brasileña de Empresas y Emprendedores de la Comunicación
- AMARC** - Asociación de Radios Comunitarias
- ANATEL** - Agencia Nacional de Telecomunicaciones
- ANCINAV** - Agencia Nacional de Cine y de Audiovisual
- ANCINE** - Agencia Nacional de Cine
- ANDI** - Agencia de Noticias de Derechos de la Infancia
- ANER** - Asociación Nacional de Revistas
- ANJ** - Asociación Nacional de Periódicos
- ARPUB** - Asociación de Radios Públicas de Brasil
- ASTRAL** - Asociación Brasileña de Televisión y Radios Legislativas
- BAND** - Red Bandeirantes de Televisión
- BBC** - British Broadcasting Corporation
- CATV** - Community Antenna Television/Televisión por cable
- CBT** - Código Brasileño de Telecomunicaciones
- CDHM** - Comisión de Derechos Humanos y Minorías
- CFP** - Consejo Federal de Psicología
- CFRP** - Contribución para el Fomento de la Radiodifusión Pública
- CI** - Comisión Interministerial

CISET - Secretaria de Control Interno de la Presidencia de la República

CN - Congreso Nacional

CNT - Central Nacional de Televisión

CONANDA - Consejo Nacional de los Derechos de la Infancia y de la Adolescencia

CONFECOM - Conferencia Nacional de Comunicación

CONTEL - Consejo Nacional de Telecomunicaciones

CPI - Comisión Parlamentaria de Investigación

CPMF - Contribución Provisoria sobre Transacciones Financieras

CTR - Comisión Técnica de Radio

CUFA - Central Única de Favelas

CUT - Central Única de los Trabajadores

DEM - Partido Demócrata

DF - Distrito Federal

DOU - Diario Oficial de la Unión

DTH - Direct to Home

DVD - Digital Video Disc

EBC - Empresa Brasil de Comunicación

EE.UU. - Estados Unidos

EMBRATEL - Empresa Brasileña de Telecomunicaciones

EMI - Exposición de Motivos

ENECOS - Ejecutiva Nacional de los Estudiantes de Comunicación

EUA - Estados Unidos de América

FCBTVE - Fundación Centro Brasileño de Televisión Educativa

FCC - Federal Communications Commission

FENAJ - Federación Nacional de los Periodistas

FHC - Fernando Henrique Cardoso

FISTEL - Fondo de Fiscalización de las Telecomunicaciones

FITERT- Federación Interestadual de los Trabajadores en Empresas de Radio y Televisión

FNDC - Foro Nacional para la Democratización de la Comunicación

FRETECOM - Frente Parlamentario por la Libertad de Expresión

FSA - Fondo Sectorial del Audiovisual

FUNTEVÊ - Fundação Centro Brasileiro de Televisão Educativa

GI - Grupo de Trabalho Interministerial

GNT - Globosat News Television

GRIM - Grupo de Investigación de la Relación Infancia, Adolescencia y Media

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia y Estadística

IBOPE - Brasileiro de Instituto Opinião Pública y Estadística

ISDB-T - Integrated Services Digital Broadcasting Terrestrial

ITV - Independent Television

JK - Juscelino Kubistchek

LAPCOM-UNB - Laboratorio de investigación en comunicación de la Universidad de Brasilia

LGCEM - Ley General de la Comunicación Electrónica de Masa

LGT - Ley General de las Telecomunicaciones

MINC - Ministerio de la Cultura

MMDS - Multipoint Multichannel Distribution System

MNDA - Movimiento Nacional de Derechos Humanos

MP - Medida Provisoria

MSP - Medios de Servicio Público

MST - Movimiento de los Trabajadores Sin Tierra

NOR - Norma

OAB - Orden de los Abogados de Brasil

OBITEL - Observatorio Ibero-Americano de Ficción Televisiva

OS - Organización Social

PBS - Public Broadcasting Service

PDS - Partido Democrático Social

PEC - Proyecto de Enmienda Constitucional

PIB - Producto Interno Bruto

PIG - Partido de Imprensa Golpista

PLIP - Proyecto de Ley de Iniciativa Popular

PMDB - Partido del Movimiento Democrático Brasileiro

PNAD - Pesquisa Nacional por Muestra de Domicilios

PNBL - Programa Nacional de Banda Ancha

PNC - Plan Nacional de la Cultura

PRONTEL - Programa Nacional de Telecomunicaciones

PROUNI - Programa Universidad para Todos

PSB - Partido Socialista Brasileño

PSDB - Partido de la Social Democracia Brasileña

PSOE - Partido Socialista Obrero Español

PT - Partido de los Trabajadores

RNCP/TV - Red Nacional de Comunicación Pública/Televisión

RPTV - Red Pública de Televisión

RSP - Radiodifusión de Servicio Público

SBT - Sistema Brasileño de Televisión

SBTVD-T - Sistema Brasileño de Televisión Digital Terrestre

SEAT - Secretaría de Aplicaciones Tecnológicas

SECOM - Secretaría de Comunicación Social de la Presidencia de la República

SINRED - Sistema Nacional de Radiodifusión Educativa

SINTED - Sistema Nacional de Televisión Educativa

SNIIC - Sistema Nacional de Informaciones e Indicadores Culturales

TCU - Tribunal de Cuentas de la Unión

TVA - Televisión de Pago

TVT - Televisión de los trabajadores

TVU - Televisión Universitaria de Pernambuco

UDN - Unión Democrática Nacional

UFC - Universidad Federal de Ceará

UHF - Ultra High Frequency (Frecuencia Ultra Alta)

UNB - Universidad de Brasilia

UNESCO - Organización de las Naciones Unidas para la Educación, Ciencia y Cultura

USP - Universidad de São Paulo

VHF - Very High Frequency (Frequência Muy Alta)

Introducción

Esta investigación analiza el proceso de implantación de la televisión pública en señal abierta, La TV Brasil, y la posterior formación de la Red Nacional de Comunicación Pública/Televisión (RNCP/TV). La TV Brasil comenzó sus emisiones el 2 de diciembre de 2007, junto con la implantación de la televisión digital en Brasil, 58 años después de la primera emisora de televisión brasileña, la TV Tupi, y 19 años después de la promulgación de la actual Constitución Federal, que determina en su Capítulo V, artículo 223, el principio de la complementariedad entre los sistemas privado, público y estatal.

Compete al Poder Ejecutivo otorgar y renovar la concesión, permiso y autorización para el servicio de radiodifusión sonora y de sonidos e imágenes, observado el principio de la **complementariedad de los sistemas privado, público y estatal**". (Brasil, 1988; subrayado nuestro)

En Brasil, la televisión nace a través de la iniciativa privada en 1950 y como señala Leal Filho (2009), sin ninguna preocupación con la cultura y la educación. "[...] Era visto más como un negocio volcado para la acumulación de riquezas materiales, asociadas al prestigio social y al poder político, adquiridas por quien controlaba las emisoras" (Leal Filho, 2009, p. 14).

La TV Brasil posibilita que contenidos educativos e informativos, sin los sesgos comerciales, lleguen a la población brasileña fomentando, así, una política de cultura y de educación. En el país hay una concentración de los medios de comunicación en reducidos grupos en forma de conglomerados nacionales y regionales que poseen al mismo tiempo emisoras de radio, televisión, medios impresos (revistas y periódicos), editoras, productoras de contenido audiovisual para el cine, portales de internet y agencias de noticias. Ese modelo está establecido en Brasil desde la década de 1950. El Grupo Globo es uno de los modelos representativos de esa concentración de plataformas con base en la concesión pública (radio, TV) y en la iniciativa privada (periódicos, editoras, agencias de noticias, portales).

En este sentido, La TV Brasil se posiciona como un contrapunto, aunque no declarado, al mercado privado. De esta forma, busca el equilibrio y el establecimiento de un canal para propagar la cultura nacional, así como para divulgar las acciones y campañas educativas vinculadas a las iniciativas de los Ministerios del Gobierno.

Para Becerra y Waisbord (2015):

La premisa central del ideario de los medios públicos es que deben estar en el corazón de la vida democrática y actuar como pilar comunicativo de las diferentes necesidades de la democracia –diálogo, diversidad de ideas, construcción de identidades, tolerancia, y libertad de expresión–. (Becerra y Waisbord, 2015, p. 14)

La TV Brasil nace en el segundo mandato del presidente Luiz Inácio Lula da Silva, del Partido de los Trabajadores (PT), que gobernó el país por dos mandatos consecutivos (2003-2010). En la carta programa del segundo mandato, en 2006, en el *Cuaderno Setorial Comunicación y Democracia*, se indicaba que “es fundamental la garantía del acceso de la población a los medios de comunicación, especialmente, a través de redes públicas y comunitarias capaz de transmitir la diversidad y la pluralidad de la cultura nacional”. El establecimiento del sistema público de comunicación en Brasil estuvo precedido por una larga historia de lucha de importantes actores sociales y entidades que representan las emisoras del campo público, como la Asociación de las Emisoras Públicas (ABEPEC), Asociación Brasileña de las TVs Universitarias (ABTU), Asociación Brasileña de Canales Comunitarios (ABCCOM), la Asociación de las Emisoras de Televisión y Radios Legislativas (ASTRAL) y entidades como el Foro Nacional por la Democratización de la Comunicación (FNDC), que junto con representantes de la sociedad civil y del Gobierno realizaron en 2007 el I Foro Nacional de Televisión Pública.

La emisora pública, La TV Brasil, es administrada por la Empresa Brasil de Comunicación (EBC), gestora de los medios públicos de comunicación. En el ámbito burocrático, la EBC está vinculada a la Secretaría de Comunicación Social de la Presidencia de la República. La Ley 11.652/2008, dice en su artículo 8º, inciso III,

que compete a la EBC, entre otros objetivos, establecer acuerdos de cooperación para la formación de la Red Nacional de Comunicación Pública Brasileña.

La Red Nacional de Comunicación Pública/Televisión tuvo su primera transmisión en mayo de 2010, con cuatro canales propios de la EBC, siete emisoras de televisión universitarias y 15 emisoras públicas estaduais. Estas emisoras llevaron la programación de La TV Brasil a cerca de 100 millones de personas en 23 de los 27 Estados brasileños. Esa no era la primera vez que emisoras del campo público intentaban crear una red para la transmisión conjunta de programación.

Las primeras experiencias de televisión pública en Brasil tuvieron su origen a partir de la instalación de las emisoras educativas en la década de 60, con la publicación del Decreto-Ley 236 de 1967, en plena vigencia de la dictadura militar en el país (1964-1985). El decreto definió las emisoras educativas como aquellas destinadas a la divulgación de programas de naturaleza educativa. La legislación determinó que dichas emisoras serían exploradas por la unión, estados, territorios, municipios, universidades y fundaciones. Las emisoras educativas estaban prohibidas por la legislación de transmitir cualquier tipo de propaganda, “directa o indirecta, bien como el patrocinio de programas, aunque ninguna propaganda sea hecha a través de los mismos” (Brasil, Decreto-Ley 236 de 1967).

Ese modelo de televisión intentaba compensar lo que el sistema educativo formal no lograba: el acceso de un gran número de brasileños a la educación. Para el Foro Nacional para la Democratização da Comunicação (FNDC, 2007), la característica del proyecto de televisión educativa se presentó como el intento tecnocrático de constituir un instrumento de comunicación social para complementar, a escala de masas, el sistema formal de enseñanza pública. “[...] Pero, rápidamente pasó a ser la forma por la cual se edificó el frágil sistema público” de televisión en Brasil (Valente, 2011, p. 20).

La primera emisora educativa en Brasil fue la TV Universitaria de Pernambuco, inaugurada en 1969 en la ciudad de Recife, Estado de Pernambuco. Con el fin del Régimen Militar en 1985, las emisoras educativas pasaron a tener una programación que se aproximaba al modelo de las emisoras comerciales. Historicamente, las emisoras educativas no tuvieron una fuerte presencia en el escenario audiovisual brasileño en comparación con las emisoras de televisión comerciales, que acompañarán el proceso de urbanización del país y alcanzaron su proceso de expansión con la llegada al poder de los militares después del Golpe de 1964.

Esa nueva fase de la televisión comercial en Brasil pos 1964 fue motivada por la instalación y ampliación del sistema de telecomunicaciones por el Gobierno Federal, que permitió a las emisoras comerciales constituir su sistema de red y expandir su señal para todo el territorio nacional a través de emisoras afiliadas, que retransmiten la programación de las grandes redes en sus áreas de actuación. En Brasil tenemos en la actualidad seis redes principales de televisión de alcance nacional: la Red Nacional de Televisión Pública, con La TV Brasil, y cinco redes privadas, de las que una de ellas, la Red Globo de Televisión, llega al 99,60% de los domicilios con aparato de televisión (Mídia Dados, 2014, p. 231).

En 1995, en el gobierno neoliberal de Fernando Henrique Cardoso (1995-2002) fue publicada la Ley 8.977, que aborda los servicios de televisión por cable e instituyó los canales de televisión de acceso público: legislativos (Senado Federal, asambleas legislativas y cámara de concejales), educativos-culturales, universitarios y comunitarios. Ese conjunto de emisoras de televisión, junto con las emisoras educativas-culturales y universitarias que ya funcionaban en señal abierta, regidas por el Decreto-Ley 236 de 1967, componen el campo público de la televisión en Brasil y forman junto con La TV Brasil la Red Nacional de televisión pública.

Para el Coletivo Brasil de Comunicación Social- Intervozes:

En el sistema de comunicación del país, cupo especialmente a las emisoras públicas y comunitarias el papel de hacer de los media un espacio para la ciudadanía. Pero

ellas siempre sufrirán con el poco espacio en el **espectro eletromagnético**, dificultades de alcance, falta de recursos, una legislación restrictiva y la competencia desleal con los grupos hegemónicos. Como resultado de eso, muchos/as brasileños/as ni siquiera conocen los vehiculos públicos y los estatales en funcionamiento en el país [...]. (Intervozes, 2015, p. 15)

Pese al avance de los nuevos medios de comunicación y el crecimiento del acceso a internet¹, con sus múltiples posibilidades de información y entretenimiento, la televisión es aún el principal medio de información y entretenimiento para los ciudadanos en Brasil. Según datos de la Pesquisa Brasileña de Media 2015, realizada por el Instituto Brasileño de Opinión Pública y Estadística (IBOPE inteligencia) para la Secretaría de Comunicación Social de la Presidencia de la República (SECOM), “los brasileños ven la televisión, de media, 4 h 31 min al día, de lunes a viernes, y 4h 14 min los fines de semana; la mayor parte de ellos lo hacen todos los días de la semana (73%)”. Preguntados sobre las razones por las cuales se ve la televisión, el 79% de los entrevistados respondieron verla para obtener información, el 67% como entretenimiento, un 32% cuando tienen tiempo libre, un 19% por algún programa específico y el 11% como una compañía para sí mismos (SECOM, 2014, p. 15).

El contexto de la expansión de las televisiones públicas a finales del siglo XX e inicios del siglo XXI se da delante del escenario de la televisión digital, de la consolidación de la sociedad en red (Castells, 1999) y de los procesos de convergencia mediática, que afecta a las operaciones de las organizaciones periodísticas y de todo el sistema mediático con la multiplicación de plataformas de consumo de información. A pesar de esto, la televisión pública digital puede y debe ocupar un papel pertinente como difusor de información e inclusión para la ciudadanía cuando tenemos en cuenta que la televisión es el medio de comunicación más consumido en Brasil. Para Tremblay:

[...] en la era digital el sector mediático público debe desempeñar un papel mayor de liderazgo para asegurar la producción, la difusión y el acceso a contenidos

¹ En 2014, Brasil fue el quinto país del mundo en número de usuarios de internet, con 107.822.831 internautas, quedando solo detrás de China, EUA, India y Japón. Timeline (30 de mayo de 2014). Brasil supera Rússia e se torna quarto país com mais usuários de Internet. Recuperado de: www.teletime.com.br/30/05/2014/brasil-supera-russia-e-se-torna-quarto-pais-com-mais-usuarios-de-internet/tt/379503/news.aspx. Acceso el 7 de abril de 2015.

diversificados de alta calidad. Es imprescindible porque el conocimiento y la cultura son bienes comunes. Es necesario frente a la concentración de los medios privados para fomentar el pluralismo democrático. (Tremblay, 2014, p. 9)

La lucha por la democratización y el acceso plural a los medios de comunicación en Brasil es una historia antigua, en la que la principal característica es la concentración de medios con una industria televisiva influyente formada por las grandes redes de televisión comercial, en la que la televisión pública siempre estuvo al margen, casi sin visibilidad, en ese escenario dominado por la iniciativa privada.

Para la UNESCO,

El servicio de radiodifusión público parte de la premisa de que el mercado no es capaz de atender a todas las necesidades de radiodifusión del país. La característica definidora de los Servicios Públicos de Radiodifusión es que son protegidos contra injerencia, principalmente de naturaleza comercial o política, con respecto a su gestión y presupuesto y proceso decisorio electoral. (UNESCO, 2010, p. 37)

A partir de ahí, percibimos que, en un segmento audiovisual marcado por la concentración de los medios de comunicación, resulta importante conocer la trascendencia de una televisión pública en señal abierta y si la formación de una red nacional de televisión pública hará posible el fortalecimiento de las emisoras públicas en Brasil, donde pueden jugar un papel importante como espacio de construcción de la ciudadanía, la pluralidad de voces y la diversidad cultural. La televisión es uno de los más importantes medios de comunicación en una sociedad con gran desigualdad social como la brasileña, en la que gran parte de la población no tiene acceso a los bienes culturales; la información procedente de la pluralidad de medios y la televisión abierta y gratuita puede convertirse entonces en la única puerta de acceso a la información y el entretenimiento.

Esta tesis está compuesta por cinco capítulos, las consideraciones finales, las fuentes bibliográficas y los anexos. En el primer capítulo se pone el acento en las emisoras públicas en su origen y en su importancia en el escenario audiovisual en Europa y América Latina y en la democratización de la comunicación. Hablamos también de

las emisoras privadas en Brasil, el sector privado. En ese capítulo nos apropiamos de las palabras de Lucas (2010, p. 54) cuando dice que “conocer el origen de la televisión en Brasil, fuertemente estructurada en la iniciativa privada, nos ayuda a comprender las dificultades para el avance de las televisiones públicas y educativas”. Por lo tanto, describimos a través de un sucinto abordaje histórico los momentos decisivos de evolución de la televisión brasileña y la realidad que rodea la existencia de cinco redes de emisoras privadas: la Rede Record de Televisão; la Rede Globo de Televisão, la Rede Bandeirantes de Televisão (Band), Sistema Brasileiro de Televisão (SBT) y la Rede TV! Estas emisoras son las principales cadenas de televisión abierta en el país y sus señales llegan a todo el territorio nacional.

En el segundo capítulo, analizamos el marco regulador de la TV Brasileña. Este capítulo hace una revisión histórica de las principales leyes y decretos que rigen la radiodifusión en Brasil a partir del Decreto 20.042 de 1931, que reguló los servicios de radiodifusión en el país y estableció ese servicio como de interés nacional y con finalidad educativa (artículo 12). La revisión de la legislación de los medios de comunicación en Brasil, en los diferentes gobiernos y en los distintos momentos políticos del país, permite entender cómo estos gobiernos contribuyeron al crecimiento hegemónico de las emisoras privadas en detrimento de las emisoras públicas.

En el tercer capítulo se abordan las emisoras privadas en Brasil, el sector mercado y de las emisoras del ámbito público. Aquí nos apropiamos de las palabras de Lucas (2010, p. 54) cuando dice que “conocer el origen de la televisión en Brasil, fuertemente estructurada en la iniciativa privada, nos ayuda a comprender las dificultades para el avance de las televisiones públicas y educativas”. Por lo tanto, describimos a través de un sucinto abordaje histórico los momentos decisivos de evolución de la televisión brasileña y la realidad que rodea la existencia de cinco redes de emisoras privadas: la Red Record de Televisão; la Red Globo de Televisão, la Red Bandeirantes de Televisão (Band); el Sistema Brasileiro de Televisão (SBT); y, por fin, la Rede TV!, siendo estas emisoras las principales cadenas de televisión abierta en el país, con señales que llegan a todo el territorio nacional.

En el cuarto capítulo, analizamos el marco regulador de la TV brasileña. Se lleva a cabo un análisis histórico de las principales leyes y decretos que rigen la radiodifusión en Brasil a partir del Decreto 20.042 de 1931, que reguló los servicios de radiodifusión en el país y estableció (artículo 12) ese servicio como de interés nacional y con finalidad educativa. La revisión de la legislación de los medios de comunicación en Brasil, en los diferentes gobiernos y en los distintos momentos políticos del país, permite entender como estos gobiernos contribuyeron al crecimiento hegemónico de las emisoras privadas en detrimento de las emisoras públicas.

Por último, el quinto capítulo se centra en la TV Brasil, con un análisis de diferentes puntos de discusión: los aspectos jurídicos de la instalación, la reacción política de la oposición; el modelo de financiación; la estructura organizacional; la autonomía con relación al poder político; y, sin muchos detalles, algunas observaciones sobre la programación. Empezamos por la política de comunicación del presidente Luiz Inácio Lula da Silva y la realización del I Foro Nacional de TVs Públicas, evento desencadenador de la creación de la Empresa Brasil de Comunicación (EBC), gestora de los medios públicos de comunicación brasileños. Abordamos, también, la formación de la Red Nacional Televisión Pública a partir de la implantación de La TV Brasil. En la parte final del trabajo, se presentan las consideraciones finales y conclusiones. Las fuentes bibliográficas y electrónicas aparecen en la última parte, seguidas de los anexos.

1. Televisión pública y esfera comunicacional: el estado de la cuestión

La televisión vive el paradigma de la sociedad contemporánea impactada por el proceso de las transformaciones oriundas de las tecnologías de la información y comunicación y por la convergencia tecnológica. La televisión digital es uno de los resultantes de ese contexto con cambios en la producción y en la distribución de contenidos audiovisuales. Dentro de esa perspectiva tenemos el papel de las televisiones públicas en la esfera comunicacional pretendiendo atender a los preceptos que rigen los intereses del segmento de servir como alternativa a una programación de calidad con diversidad cultural, pluralismo e información independiente, en contrapunto a la programación ofrecida por los conglomerados mediáticos formado por las emisoras privadas.

Por lo tanto, se hace necesario abordar el estado de la cuestión en relación a la televisión pública y sus conceptos centrales y la política que orienta sus prácticas en Brasil. Conceptos como televisión pública y democratización de la comunicación son inherentes al proceso de la discusión y nos guía en la comprensión del fenómeno. La investigación doctoral partió de la percepción de transformaciones en la esfera de la televisión pública en Brasil con el desencadenamiento de la política del presidente Luiz Inácio Lula da Silva y la implantación de la Empresa Brasil de Comunicación (EBC), gestora de los medios públicos y de la creación de la emisora pública, La TV Brasil. Con la definición de nuestro problema de investigación, establecemos un marco teórico sobre la cuestión que nos permite caracterizar el estado de la discusión y avanzar en nuestra propuesta de investigación.

1.1 Medios públicos y democracia

El servicio de comunicación en América Latina y en Brasil se ha apoyado en una distribución verticalizada a partir de concesiones privadas y de una distribución del espectro de radiodifusión basado en privilegiar a grupos económicos y políticos que dominan micro-regiones como nichos de electores. En esta región destaca también el fenómeno de la concentración, ya que poderosos grupos empresariales controlan varios medios de comunicación. Mastrini y Becerra (2007), señalan que la “el proceso concentración en la región no es nuevo ni desconocido”:

El nacimiento de la radio en los años veinte estuvo acompañado rápidamente por la adopción de una lógica comercial que tendió naturalmente hacia la concentración en pocas manos de las estaciones y cadenas. Otro tanto ocurrió con la televisión, a partir de los años cincuenta y, fundamentalmente, de los sesenta cuando en América Latina se impuso un modelo funcional a las inversiones de las principales cadenas televisivas norteamericanas. (Mastrini y Becerra, 2007, p. 31)

En Brasil, la presión de la sociedad para la democratización de los medios de comunicación se produce a través de grupos sociales y organizaciones no gubernamentales, que reivindican políticas de comunicación de naturaleza democrática y con la inclusión de la sociedad, como el Foro Nacional por la Democratización de la Comunicación (FNDC)², que desde 1990 viene discutiendo perspectivas para la descentralización y la democratización de la comunicación en el país. La UNESCO (2006) defiende la horizontalidad de la distribución de las concesiones para evitar el control estatal por los políticos o manutención de los sistemas comerciales sin compromiso con los intereses de los ciudadanos.

Es evidente que, en el panorama global de la radiodifusión, inmerso entre el modelo de control estatal, donde la clase política en el poder controla la difusión para mantener el poder político, y los sistemas comerciales, que solo prestan atención a la lógica del dinero y los ingresos publicitarios, el único camino para proteger y promover el interés público radica en el mejoramiento de la calidad de la radiodifusión de servicio público (RSP). Recientes acontecimientos mundiales en la

² Información disponible en www.fndc.org.br.

difusión nos llevan a la conclusión que la RSP es más relevante que nunca y que es urgente promover el desarrollo y fortalecimiento de las instituciones de RSP y sus capacidades para salvaguardar la integridad y los intereses de los “ciudadanos”. (UNESCO, 2006, p. 26-27)

En el caso brasileño, esa concentración es visible y es uno de los asuntos que está en el centro de la búsqueda por parte de la sociedad civil organizada de la democratización de la comunicación, para que exista un equilibrio en el sistema mediático del país a través de las emisoras de televisión pública de naturaleza educacional e informativa. En este sentido, Acselrad y Lima (2013), de forma pertinente, apuntan al fenómeno de la concentración a nivel global como un problema para el establecimiento de la democracia a través de los medios de comunicación de masas.

La concentración mediática aparece en escala global, con los gigantescos conglomerados que controlan medios de comunicación en varios países, y en varios tipos de media; en escala nacional, con el número reducido de emisoras en el país; y en escala regional, con grupos de media que dominan el mercado estatal y también practican la propiedad cruzada. (Acselrad y Lima, 2013, p. 115)

Para el escenario brasileño, la regulación del sistema mediático todavía no se produjo en términos de un marco reglamentario como ocurrió con internet mediante la Ley 12.965/2014, sancionada por la presidenta Dilma Rousseff en 2014, y que contó con participación ciudadana en diversas audiencias públicas. La legislación brasileña es considerada como una de las más avanzadas del mundo para la gobernabilidad de la red; con un texto innovador y progresista, predica la neutralidad de la red, la garantía de la privacidad, la inclusión digital y la libertad de expresión como ejes de la legislación. Los medios de comunicación de masas, sin embargo, conviven con una especie de auto-reglamentación y las medidas de concesión aún utilizan viejos criterios que favorecen a ciertos segmentos.

Las actividades de radiodifusión se encuentran, por lo tanto, en una situación bastante próxima a la auto-reglamentación. El resultado es que los propietarios de los medios de comunicación pueden promover, sin ningún tipo de reacción del Estado, una gran concentración de mercado, por medio de propiedad cruzada, de concentración horizontal y del dominio vertical de todas las etapas de la cadena de valor de las comunicaciones. [...] esa concentración, viene también un exceso de

poder político depositado en las manos de los concesionarios de radiodifusión, que utilizan en larga escala sus medios de comunicación para la promoción de determinadas “causas propias” y para la manipulación de la opinión pública. (Lopes, 2009, p. 16)

En 2012, durante la realización del seminario Desafíos de la Libertad de Expresión, el Foro Nacional por la Democratización de la Comunicación (FNDC) lanzó la campaña “Para Expresar la Libertad”, que tenía como objetivo movilizar varios sectores de la sociedad para que el Estado brasileño adoptara medidas de reglamentación democrática y lanzara un nuevo marco reglamentario de la comunicación. En ese sentido, en agosto de 2013, el FNDC propuso un Proyecto de Ley de Iniciativa Popular (PLIP), *Ley de Medios Democrática*, en respuesta a los 25 años de la Constitución Federal, específicamente al Capítulo V del Título VIII, “De la Comunicación”, ya que varios artículos no habían sido regulados. De acuerdo con la Constitución Federal, “la iniciativa popular puede ser ejercida por la presentación a la Cámara de los Diputados de un proyecto de ley suscrito, por lo menos, por un uno por ciento del electorado nacional, distribuido por lo menos por cinco Estados, con no menos de tres décimos por ciento de los electores de cada uno de ellos” (art. 61, § 2º, Constitución Federal). Las entidades, sin embargo, no lograron los 1,5 millones de firmas necesarios para presentar el proyecto de ley a la Cámara de los Diputados.

La UNESCO (2006), en su informe *Radiotelevisión de Servicio Público: un manual de mejores prácticas*, describe los cambios en las transmisiones audiovisuales como resultado de los cambios tecnológicos y de los modelos llevados a cabo por los países privilegiando a las empresas privadas. En este sentido, las televisiones públicas pueden promover el equilibrio, pues una sociedad legítimamente democrática, plural y ciudadana solamente se construye:

Si observamos el panorama de las transmisiones audiovisuales, en las dos últimas décadas ha experimentado cambios dramáticos. En muchos países, existen modelos de difusión combinados, con la coexistencia de canales estatales de servicio público, junto a empresas de difusión netamente comerciales. Las empresas privadas han proliferado a nivel nacional e internacional, mediante la utilización del cable y los sistemas de transmisión por satélite. Cada día se hace más evidente que en el empeño

por obtener mayores ganancias, las empresas comerciales han desviado sus medios del interés público hacia el mero entretenimiento. A pesar de ello, en ninguna parte se ha desplazado la radiotelevisión de servicio público, y los sistemas compartidos ofrecen a menudo el mejor producto de comunicación. (UNESCO, 2006, p. 26)

Del punto de vista de la implementación, La TV Brasil es la primera experiencia de televisión pública nacional y con una legislación propia. Con la creación de La TV Brasil comienza a organizarse la red nacional de televisión pública, rompiendo el monopolio de la televisión de naturaleza privada y comercial, permitiendo una nueva lógica de funcionamiento por no depender del mercado de la publicidad para la financiación de su programación y para cumplir con su misión de servicio público. Un ejemplo de la dependencia de la publicidad es que en los últimos cinco años hubo una reducción drástica en la parrilla de programación de las emisoras privadas de programas con contenidos dirigidos a los niños. La principal emisora del país, la Red Globo, ya no tiene programa dirigido a los niños en su parrilla. Al haber perdido espacio para las televisiones por cable y haberse producido una bajada en la facturación como resultado de las reglamentaciones que impiden la vinculación de determinadas publicidades con contenidos para los niños, la emisora prefirió la extinción de todos los programas. Ese es un caso que demuestra la pertinencia de las televisiones públicas. “La auténtica TV Pública está a servicio de la audiencia ciudadana y no del gobierno corriente, ni de partidos políticos, grupos económicos e intereses” (Fuenzalida, 2015, p. 103).

Sobre la TV Brasil, Casé (2015) señala que:

Creo que dentro de la TV abierta, la TV Brasil tal vez sea el mayor espacio para la pluralidad de opinión. Si usted analiza la parrilla de programación de la emisora podrá comprobar eso. Existen programas alternativos que abren espacio para el debate, para el intercambio de ideas, además de productos centrados a públicos bien específicos, como el *Programa Especial* (que aborda cuestiones relacionadas a las personas con algún tipo de discapacidad) o el *Jornal Visual* (volcado para ciegos). (Entrevista realizada a Rafael Casé).

Además, los medios públicos son cruciales para el equilibrio de las programaciones, teniendo en cuenta los desniveles de acceso a la televisión por canal de pago. En regiones menos favorecidas de Brasil, por ejemplo, la televisión de pago se torna un

medio inaccesible y volcado exclusivamente en un segmento de la sociedad que tiene una renta alta. Solo queda, en ese caso, la televisión abierta para la mayoría de la población y las reglas en ese campo son regidas exclusivamente por la audiencia o por el retorno de inversiones publicitarias. Los servicios públicos en ese contexto se constituyen en un aparato para la democratización de la información y de la comunicación que necesitan ser ejercidos a partir de las prioridades sociales y no comerciales. Para Valente (2009) esa distorsión entre empresas privadas y emisoras públicas en Brasil ocurrió por el hecho de que el modelo escogido trata las televisiones públicas a partir de una noción de “complementariedad marginal”.

En Brasil, las TVs públicas fueron constituidas bajo una condición de “complementariedad marginal”. Empleamos el término para designar el papel secundario experimentado por estas experiencias en su evolución histórica en relación a la estructuración del modo de reglamentación sectorial de la televisión en la Industria Cultural brasileña. En este proceso, la referida condición se desarrolló condicionada, en cada fase específica, por los papeles definidos por los compromisos institucionalizados firmados en el ámbito de los intereses del Estado y del capital para la reproducción del modo de reglamentación sectorial de la televisión. (Valente, 2009, p. 52)

Las televisiones públicas pasan a tener en la actualidad otro importante papel en una sociedad también condicionada por el contexto de las tecnologías de la información y de la comunicación o de la sociedad en red (Castells, 2009), como ya se ha señalado. Ese papel consiste en ayudar en la inclusión y en el rescate de la ciudadanía en parte de la población, especialmente de los grupos más vulnerables de la sociedad, que quedan a margen de los servicios públicos y de la inclusión digital, y que a través de la televisión pública interactiva podrá tener acceso a los servicios provistos por el poder público. Para la UNESCO (2008, p. 37) “los medios de servicio público cumplirán un rol clave en la modernización del entorno tecnológico de los medios en sus países y pueden requerir las herramientas precisas para superar la brecha digital causada por la ubicación geográfica, edad, educación y nivel económico”. En ese sentido, la Empresa Brasil de Comunicación (EBC) puso en marcha el Proyecto Brasil 4d (digital, desarrollo, diversidad y democracia) y de diciembre de 2012 hasta junio de 2013, empezó un proyecto piloto en la ciudad de João Pessoa, Paraíba, en la región Nordeste del país, en el que 100 familias atendidas por el programa social

Bolsa Familia³ del Gobierno Federal fueron las primeras a tener acceso a través de la televisión pública digital interactiva a consultas sobre beneficios sociales (salud de la familia, farmacia popular, vacunación, lactancia materna), empleos y cursos, salud y educación financiera. El Brasil 4d está ahora siendo extendido a otras ciudades y después llegará a todo el país (Abdala, Chianca y García, 2013, p. 33).

Según Barbosa Filho (2013):

El 27 de noviembre de 2012 puede ser considerado una fecha histórica para la TV pública interactiva en Brasil. Aquel día, la EBC y la TV Cámara, junto con la Universidad Federal de Paraíba (UFPB), el Laboratório de Aplicações de Vídeo Digital de la UFPB (Lavid), la Universidad Federal de Santa Catarina (UFSC) y la Universidad Católica de Brasília (UCB), iniciaron la implantación de la primera prueba del concepto mundial de la TV Pública Digital Interactiva a través de la oferta de contenidos audiovisuales y aplicativos gratuitos para población de baja renta en João Pessoa, en la Paraíba. (Barbosa Filho, 2013, p. 13)

Para Moragas y Prado (2001), “en la nueva era digital los servicios públicos de información parecen más necesarios que nunca”:

- ↪ Para garantizar una producción informativa de interés social y no sólo la que responda a los intereses y a las lógicas comerciales.
- ↪ Para facilitar el acceso a estos servicios de información a la totalidad de la población sin discriminaciones.
- ↪ Para garantizar los valores clásicos de las políticas democráticas de comunicación (pluralismo, acceso, identidad) y, ahora también, para favorecer los procesos de bienestar social.
- ↪ Para mantener la garantía del servicio universal de telecomunicaciones.
- ↪ Para favorecer la sinergia y planificar el futuro de forma sostenible, en beneficio de la colectividad y no de los intereses coyunturales de las iniciativas privadas sin responsabilidad colectiva.

³ El Bolsa Familia es un programa de transferencia de renta que beneficia con una cuantía mensual a familias en situación de extrema pobreza con renta inferior a R\$ 77 mensuales. El programa también proporciona el acceso a programas básicos de salud y educación. Información disponible en: www.mds.gov.br/bolsafamilia.

- Para mantener, también en la era digital, los espacios públicos de comunicación, como espacios compartidos por todas las personas de una misma sociedad, sin discriminaciones.

La democratización de la comunicación como un componente esencial de los derechos humanos se ha establecido como una de las premisas del Informe MacBride, también conocido como “Un solo mundo, voces múltiples”, publicado en 1980. El derecho a la comunicación no se limita sólo al derecho a ser informado, sino también la interacción y la participación en el proceso de comunicación como base para la realización de los demás derechos humanos.

Todos tienen derecho a comunicarse: los componentes de este Derecho Humano integral incluyen los siguientes derechos de comunicación específicos, entre otros: a) el derecho de reunión, de discusión, de participación, y los derechos de asociación relacionados; b) el derecho de inquirir, de estar informado, de informar, y los derechos de información relacionados, y c) el derecho a la cultura, a la elección, a la intimidad, y los derechos de desarrollo humano relacionados... La adquisición de un derecho a comunicarse requeriría que los recursos de la comunicación estén disponibles para la satisfacción de las necesidades de la comunicación humana. (MacBride, 1983, p. 150)

El informe establece que el concepto de la democratización es el proceso mediante el cual el individuo pasa a ser un elemento activo; la variedad de mensajes intercambiados aumenta constantemente y aumentan también el grado y la calidad de la representación y participación en la comunicación (MacBride, 1980, p. 298).

Sin embargo, hay muchos obstáculos para el proceso de democratización. Entre los reclamos citados, el informe reivindica el derecho de todos los países a acceder a nuevas tecnologías; el derecho de todas las sociedades a informarse e informar; el derecho de los Estados (no de los gobiernos) a disponer de medios de comunicación y su deber de ponerlos a disposición de las organizaciones; además, propone estrictas medidas de control internacionales para los monopolios, que verticalizan los medios de comunicación y atentan contra la libertad de información.

Se requiere indudablemente una información más abundante, procedente de una pluralidad de fuentes pero, si no hay posibilidad de reciprocidad, la comunicación no será realmente democrática. Sin una circulación de doble sentido entre los participantes, sin la existencia de múltiples fuentes de información que permitan una mayor selección, sin un desarrollo de las oportunidades de cada individuo de tomar unas decisiones basadas en un conocimiento completo de unos hechos heteróclitos y de unos puntos de vista divergentes, sin una mayor participación de los sectores, los espectadores, y los oyentes en la adopción de decisiones y en la constitución de los programas de los medios de comunicación social, la verdadera democratización no llegada a ser una realidad. (MacBride, 1983, p. 289)

Para que la democratización sea eficaz es necesaria una participación más amplia, con grupos variados que incluyen ciudadanos, compañías nacionales y extranjeras, organismos estatales e instituciones independientes. Sólo entonces es posible cambiar el flujo unidireccional de información y lograr la democracia, señala el informe (MacBride, 1983).

1.2 Antecedentes en la investigación del audiovisual público en Brasil

En la introducción del libro *La TV en los 50: criticando la televisión brasileña en su cincuentenario* (2003), el profesor Eugenio Bucci se pregunta: “¿Se puede pensar el Brasil a partir de la televisión?” Y contesta diciendo: “Sí, sin duda. Y tal vez no exista la posibilidad de pensar en Brasil sin pensar la TV”. La televisión es, hasta hoy, el medio de comunicación de mayor presencia en el audiovisual brasileño y en la vida cotidiana de los ciudadanos como fuente de entretenimiento e información, como ya se ha señalado en la introducción de esta tesis. La afirmación está apoyada en los datos que presentamos de la audiencia de ese medio de comunicación y del tiempo dedicado por los brasileños a ver la televisión. Bucci, por ejemplo, se ha dedicado a investigar sobre la televisión y ha publicado varios libros sobre ese medio de comunicación, como *Brasil en tiempo de TV* (1997) o *Videologías* (2004) en coautoría con Maria Rita Kehl, entre otras obras importantes. En *El estado de narciso: la comunicación pública a servicio de la vaidad particular*, libro sobre la

comunicación pública en Brasil, Bucci aborda entre otros temas la EBC y la TV Brasil y dice que:

La llegada de la EBC deja al país por lo menos un saldo positivo: impulsó y calificó el debate sobre la cultura de comunicación pública no gubernamental. Una de las señales de eso fue el lanzamiento en el auditorio de la propia EBC del libro *Indicadores de calidad en las emisoras públicas-una evaluación contemporánea*. (Bucci, 2015, p. 86)

En un análisis sistemático sobre la televisión brasileña encontramos el importante estudio realizado por Mattos (1990), *Un perfil de la televisión brasileña (40 años de historia; 1950-1990)*, en el que el autor realiza un análisis sobre la televisión brasileña, desde su comienzo en 1950 hasta la década de 1990, abordando ese medio de comunicación en sus aspectos históricos, sociales, económicos y políticos. Mattos también es autor de otros libros sobre la televisión brasileña como *Historia de la Televisión Brasileña: una visión económica, social y política*, publicado en 2010. El investigador también es organizador junto con otros autores de varios libros sobre la televisión brasileña, como *La televisión y las políticas regionales de comunicación* (1977) y *La televisión en la era de la Globalización* (1999).

Otra importante contribución a los estudios sobre la televisión brasileña es el libro publicado por Sergio Capparelli y Venício A. de Lima, *Televisión Desafíos de la Pos-Globalización* (2004), en que los autores señalan ya en la introducción que la televisión es un objeto de estudio complejo y exige más que un hilo explicativo. Explican Capparelli y Lima (2004, p. 7), que la televisión “está en la confluencia de tensiones entre el mercado y la cultura, entre el político y el económico, entre el colectivo y el individual”.

La televisión también fue objeto de estudio y de varias publicaciones de autores como Cesar Bolaño y Valerios Bittos. Los dos autores han dado relevancia a los estudios sobre la televisión en Brasil bajo la economía política de la comunicación. En 2007, Bolaño publicó el libro *Cual la lógica de las políticas de comunicación en Brasil*, en el que trata el modelo de regulación del sector audiovisual brasileño,

analizando la evolución histórica de la legislación de la radiodifusión. Otro tema al que el autor ha dedicado su atención es la televisión digital en Brasil.

Las investigaciones sobre la televisión pública en Brasil se destacaron a partir de 2007, con la implantación del sistema público de comunicación en el país gestionado por la EBC. Los estudios, en su mayoría, están centrados en La TV Brasil como medio integrante de este sistema. En un análisis acerca de las investigaciones sobre la televisión pública, La TV Brasil, encontramos trabajos de fin de máster y tesis doctoral en los que los investigadores tienen como objeto de estudio la emisora pública.

En investigaciones sobre La TV Brasil (Valente, 2009; Lopes, 2015) se apunta a la influencia de la red para la comunicación en Brasil y a las cuestiones políticas de creación de la TV pública. Para Valente (2009), el Gobierno Federal tuvo un papel central para fomentar una política de reglamentación a través del proyecto de “aparato mediático público”.

La creación de la TV Brasil es un marco en el posicionamiento del Estado explorador, más específicamente del Gobierno Federal, en modo de reglamentación sectorial de la televisión brasileña. Ella instituyó el primer proyecto de Aparato Mediático Público de efectivas pretensiones nacionales, recuperando la segunda tendencia del desarrollo histórico de la TV Pública brasileña esbozada con la creación de la Radiobrás. Mas, diferentemente del proyecto de esta – que quedó restringida a Brasíla y a algunas emisoras de radio con alcance en la Amazonia Legal- y de la TVE Red Brasil - que a despecho del nombre nunca consiguió encabezar una red de hecho nacional por la falta de prerrogativa para eso y por la competición ejercida por la TV Cultura de São Paulo - la TV Brasil nació como parte de un proyecto político que pretende implantar no solo una nueva emisora, sino una nueva red. Esta, a diferencia de la Red Pública de Televisión (RPTV), no es fruto de una articulación de las educativas estaduais frente a la profundización de su complementariedad marginal, sino una decisión patrocinada por el Ejecutivo Federal, y ratificada por el Congreso Nacional. (Valente, 2009, p. 190)

Rabelo (2011), en una investigación bibliográfica y documental, rescata el camino tomado por la televisión pública en Brasil reflexionando sobre la hegemonía del sistema privado de comunicación y su relación con el Estado. La investigadora toma como objetos de análisis las emisoras públicas TV Cultura, del Estado de São Paulo,

y La TV Brasil, para concluir que existe fuerte influencia de los intereses privados en el delineamiento del sistema público de comunicación.

En su tesis doctoral, Hossoé (2012) hace una evaluación política de las fuerzas que actuaron en la concepción del proyecto de la TV Brasil, especialmente en el intervalo de los eventos que comprenderán la creación de la emisora pública en 2007 y sus primeros cuatro años de actuación hasta el segundo semestre de 2011. En el campo empírico de la investigación, el investigador definió tres categorías como ejes de análisis: democracia, complementariedad y público-privado.

Del punto de vista político, observamos que la creación de la TV Brasil no constituye una iniciativa aislada, mas uno de los elementos del extenso y continuado esfuerzo a favor de la construcción del marco regulador para la comunicación en Brasil, el que nos permite perceber tal iniciativa como parte de una política de Estado [...]. (Hossoé, 2012, p. 152)

Stevanim (2011), por su parte, investiga la disputa entre los diversos actores sociales en las políticas de radiodifusión en torno del sistema público. En el análisis específico de la investigación, el autor se centra en la implantación de la Empresa Brasil de Comunicación y de la TV Brasil en su articulación con el Estado y las demás emisoras del campo público de la comunicación en Brasil, formado por las emisoras público-estatales, legislativas, comunitarias y universitarias.

Carvalho (2013), hace un análisis del caracter público de la TV Brasil desde el estudio de las siguientes características: estructura, modelo de financiación y modelo de gestión de la emisora. Su investigación también buscó contextualizar el período que antecedió a la creación de emisora pública y las relaciones de poder presentes en el proceso de creación de la TV Brasil entre los años 2007 y 2012.

Otondo (2008), en su tesis doctoral *Televisão Pública Americana Latina: para quê e para quem*, analiza el perfil jurídico institucional de la TV Brasil y aborda los eventos que antecieron a la implantación de la emisora pública y la contribución de entidades como el Foro Nacional para la Democratización de la Comunicación

(FNDC), el Observatorio del Derecho a la Comunicación y la Asociación Brasileña de las Emisoras Públicas Educativas y Culturales (Abepec) en el proceso de creación de la TV Brasil.

La programación de la TV Brasil también ha sido objeto de investigaciones, entre ellas la realizada por Dutra (2014), sobre la *Revista Cultural Paratodos*, programa semanal de la TV Brasil que aborda el tema de las diversas manifestaciones artísticas y culturales existentes en el país. Ya Ruela (2014) hizo en su trabajo de fin máster un estudio sobre la *Ouvidoria na televisão pública: a experiência do programa O Público na TV*, programa semanal, que presenta las críticas y sugerencias de los ciudadanos. Oliveira Filho y Coutinho (2014) presentaron un estudio sobre el papel de la TV Brasil en la promoción del periodismo ciudadano. Los autores concluyen que aún hay que avanzar en el teleperiodismo de la TV Brasil, sin embargo, para los investigadores, la emisora pública representa la posibilidad de nuevos avances en la forma de narrar, seleccionar y abordar los hechos.

Al examinar los estudios se puede observar una centralidad de las investigaciones sobre la TV Brasil volcadas en el proceso de implantación de la emisora pública y el análisis y reflexiones sobre la programación. Con la implantación de la TV Brasil y la red nacional de televisión pública hay una necesidad de más investigaciones que puedan apuntar los cambios en ese segmento audiovisual, tan importante en Brasil, para que pueda ser estudiada en diferentes áreas, formatos, relación con otros medios y en el importante proceso de digitalización por el que pasa la televisión brasileña, en que la TV Brasil y su red de emisoras pueden jugar un importante papel, principalmente para la democratización de la comunicación.

2. Estructura y planteamiento de la investigación

La televisión pública en Brasil aún está en proceso de construcción frente al modelo de la televisión privada. La implementación de la TV Brasil a partir de la creación de la Empresa Brasil de Comunicación-EBC en 2007 representó una quiebra de paradigma por establecer un nuevo posicionamiento en términos de búsqueda de la pluralidad de la programación y de la oferta de un canal con alcance nacional. Por lo tanto, el problema de investigación demuestra una naturaleza compleja por las dimensiones culturales, económicas, políticas y sociales que emergen en el análisis del fenómeno de la televisión pública a partir de la perspectiva de la TV Brasil.

La investigación doctoral sobre la TV Pública a partir del modelo y de la creación de la TV Brasil requirió una construcción metodológica que permitiese la utilización de diversos instrumentos de recogida de datos y de estrategias de manera que se creara un cuadro del estado del objeto para su análisis e interpretación. La tesis es de naturaleza exploratoria y descriptiva, con una metodología cualitativa, considerando la dinámica del fenómeno de la implantación de la TV Brasil por el Gobierno Federal. Para Severino, Pulatti y Lacon (2012) los estudios exploratorios permiten al investigador conocer con más profundidad el fenómeno desconocido, en desarrollo, para poder adentrarse en su universo y comprender mejor su dinámica. Por su parte, la combinación de estudios exploratorios con estudios descriptivos permite un desdoblamiento de análisis de las características y de la dimensión de ese fenómeno de modo descriptivo y que profundiza en, a partir de los resultados, indicar el comportamiento del fenómeno y obtener conclusiones para las hipótesis (aceptadas o refutadas) y para las cuestiones de investigación. En relación a los estudios exploratorios, Gil (1999) esclarece su encuadre para las estrategias metodológicas al señalar que:

Las investigaciones exploratorias son desarrolladas con el objetivo de proporcionar visión general, del tipo aproximativo, acerca de determinado hecho. Este tipo de investigación es realizado específicamente cuando el tema escogido es poco explorado y se torna difícil formular hipótesis concisas y operacionalizables sobre él. (Gil, 1999, p. 43)

Por lo tanto, ese nivel de investigación favorece el abordaje definido para acercarse al fenómeno de estudio considerando que, en el transcurso de la investigación, este se mantuvo en movimiento con las discusiones sobre la implementación de la televisión pública, la TV Brasil. Por otra parte, Gil (1999, p. 44) señala que los estudios descriptivos pretenden la “descripción de las características de determinada población o fenómeno o el establecimiento de relaciones entre variables [...]. Las investigaciones descriptivas son, juntamente con las exploratorias, las que habitualmente realizan los investigadores sociales preocupados con la actuación práctica”. Siendo así, la combinación entre estudios exploratorios y estudios descriptivos vislumbra un planeamiento más apropiado para comprensión del contexto del estudio.

Por todo expuesto anteriormente, el delineamiento de la tesis se direccionó hacia la investigación cualitativa, teniendo en cuenta que el objeto de estudio o fenómeno en observación necesitaba ser comprendido a partir de sus dimensiones sociales, políticas, comunicacionales, culturales y económicas. Por lo tanto, para investigar esos aspectos o establecer correlaciones entre ellos y la implantación del modelo de la TV Brasil se tornó necesaria una metodología cualitativa que pudiese proporcionar datos y análisis del campo del discurso político y de los media y de las hipótesis que podremos reconocer del contexto de la época analizada para la investigación.

2.1 Objetivos

La tesis se desarrolla en una coyuntura de cambios estructurales en Brasil en los aspectos económicos, sociales, políticos y en la dimensión de la comunicación pública. Los indicadores de penetración de la TV en territorio nacional demuestran el alcance y la supremacía de las redes de TV comerciales. En su contexto, la TV Brasil fue concebida pretendiendo la inclusión y la paridad para las comunicaciones gubernamentales y no-gubernamentales junto a la sociedad. Los objetivos (generales

y específicos) de la tesis buscan repasar el escenario para investigar esas condiciones y responder a las cuestiones planteadas.

El objetivo general de esta tesis es analizar la creación y el proceso de implantación y desarrollo de la televisión pública, la TV Brasil (2007-2014), estudiando el contexto político y social en el que se encuadra la decisión del presidente Luiz Inácio Lula da Silva de crear la emisora pública y si los reflejos de esa decisión han ayudado a democratizar la comunicación en Brasil. Así, tenemos como objetivos específicos:

- 1) Identificar los factores políticos que llevaron al Gobierno del presidente Lula a crear la Empresa Brasil de Comunicação (EBC)/La TV Brasil en su segundo mandato, en 2007;
- 2) Examinar si el modelo de financiación de la TV Brasil garantiza el financiamiento seguro de la emisora pública;
- 3) Analizar si la formación de la Red Nacional de Televisión Pública alteró el escenario audiovisual en razón de la concentración de la audiencia en la televisión abierta en Brasil.

En razón de los objetivos propuestos, adoptamos las siguientes estrategias metodológicas para dar respuesta a estos objetivos:

1. Identificar los factores políticos que llevaron al Gobierno del Presidente Lula a crear la Empresa Brasileña de Comunicación (EBC) y la TV Brasil. Para contestar a este objetivo se realizaron entrevistas semiestructuradas con investigadores de la comunicación y un análisis documental de publicaciones en periódicos y portales de noticias.
2. Examinar si el modelo de financiación de la TV Brasil garantiza el financiamiento seguro de la emisora pública. Para contestar a este objetivo se realizó un análisis de

la legislación (Ley 11.652 de 7 de abril de 2008) y un análisis comparativo con otros modelos de financiamiento de emisoras públicas en Europa y América Latina.

3. Analizar si la formación de la Red Nacional de Televisión Pública alteró el escenario audiovisual en razón de la concentración de la audiencia en la televisión abierta en Brasil. Para contestar a este objetivo el procedimiento de recogida de datos fue la investigación bibliográfica, la investigación documental y entrevistas semiestructuradas.

Para contestar los objetivos también fueron utilizados como referencia los indicadores de la UNESCO (2008) para los Medios de Servicio Público (MSP), que son: 1) el mandato de servicio público de los MSP está definido claramente en la legislación; 2) los MSP tienen garantías específicas de independencia editorial y financiamiento apropiado y seguro para protegerlos de la interferencia arbitraria; 3) los MSP tienen recursos técnicos suficientes; 4) los MSP rinden cuentas ante el público, mediante su órgano administrativo; 5) las empresas de transmisión por satélite y cable no se niegan a transmitir las emisoras o contenidos de servicio público; 6) los MSP son controlados por un órgano rector independiente cuya autonomía está garantizada legalmente; 7) los nombramientos del órgano rector se hacen de manera abierta, transparente y libre de la interferencia directa del gobierno o el control de algún interés creado político o económico; 8) el órgano rector asegura que los MSP cumplan con su mandato de servicio público y protege su independencia; 9) los MSP han demostrado su compromiso con la consulta e interacción con el público y las OSC, incluyendo un sistema para quejas; 10) participación del público en los nombramientos del órgano rector (UNESCO, 2008, pp. 37-38)

2.2 Hipótesis y preguntas de investigación

La TV pública ocasiona desdoblamientos para la comunicación pública y para la sociedad brasileña. La percepción de la esfera política gubernamental en la conducción del proceso de transformación de la TV pública brasileña como inductora se reviste por la articulación entre el gobierno y una sociedad civil organizada como consejera del establecimiento de una pauta temática que proponga la atención de las minorías y la garantía de una programación volcada en la población desfavorecida en cuanto al acceso a vehículos de comunicación abiertos. La UNESCO (2006, p. 25) señala que “para la mayoría de la población mundial, incluyendo aquellos que viven en grandes áreas rurales y los analfabetos, la radio y la televisión constituyen la tecnología de información y comunicación de mayor valor y difusión [...]”. En este sentido, la televisión pública se reviste de una perspectiva fundamental para los países, proponiendo la construcción de una agenda que considere los temas importantes para las identidades regionales y la producción procedente de segmentos sociales minoritarios. A partir de esa perspectiva, la investigación planteó tres hipótesis de trabajo en la búsqueda de respuestas para la problematización construida o cuestiones centrales de la investigación y los objetivos enumerados:

1. El gobierno Lula estableció la creación de la TV Brasil con el objetivo de contar con un medio de comunicación que, mismo tiempo que sirva de difusor de la cultura y de la educación, pueda también propagar las acciones de la gestión y de la política gubernamental;
2. El financiamiento de la TV Brasil, procedente en su mayoría del Poder Público Federal, pone en peligro la independencia de la emisora pública;
3. La Red Nacional de Televisión Pública estableció un nuevo marco en la división mediática sobre las redes privadas de televisión en Brasil.

Para las hipótesis indicadas, se buscó la formulación de cuestiones pertinentes con el objetivo de hallar respuestas.

1. ¿Qué factores políticos llevaron al Gobierno del presidente Lula en su segundo mandato (2007-2011) a crear la Empresa Brasil de Comunicación (EBC) y la TV Brasil?
2. ¿El modelo de financiación de la TV Brasil garantiza el funcionamiento estable e independiente de la emisora con relación al Gobierno en ejercicio?
3. ¿La implantación de la Red Nacional de Televisión Pública tuvo impacto sobre las emisoras privadas en términos de división de la audiencia?

2.3 Diseño metodológico

El estudio de caso es el método utilizado para la exploración de los datos y de la condición contextual del caso empírico objeto de esta investigación, es decir, la TV Brasil. Naturalmente, también se han utilizado datos cuantitativos para realizar el análisis a partir de la perspectiva cualitativa, como la representación de las inversiones en publicidad y los datos referentes a la audiencia y participación de los grupos de comunicación en Brasil, que nos ayudaron a fundamentar el contexto de las empresas privadas y públicas de comunicación. De este modo, se utilizaron fuentes múltiples para la recogida de datos en la búsqueda de evidencias sobre la organización periodística y las políticas de la TV Brasil en la génesis de su creación en 2007 y los desdoblamientos posteriores hasta 2014, que pueden ser examinados a la luz del marco teórico propuesto y de los métodos indicados y encuadrados en el abordaje cualitativo.

Esta perspectiva de abordaje sintoniza con la comprensión de Poupart *et al.* (2010), que señalan que:

Una investigación cualitativa de naturaleza exploratoria posibilita familiarizarse con las personas y sus preocupaciones. También puede servir para determinar los impases y los bloqueos, capaces de dificultar un proyecto de investigación en gran

escala. Una investigación descriptiva pondrá la cuestión de los mecanismos y de los actores (el "cómo" y el "el qué" de los fenómenos); por medio de la precisión de los detalles, proporcionará informaciones contextualizadas. (Poupart *et al.*, 2010, p. 130)

Dentro de la perspectiva de investigación cualitativa establecida, elegimos el estudio de caso para la comprensión del fenómeno, con la TV Brasil como caso empírico, como se ha mencionado, por permitir la profundización y el análisis de los discursos existentes detrás de la creación en un contexto más amplio de reposicionamiento del gobierno en cuanto a las políticas de comunicación vinculadas a las directrices del Partido de los Trabajadores (PT), al cual pertenece el presidente de la República, Luiz Inácio Lula da Silva. Siendo así, comulgamos de la afirmación de Simons (2011, pp. 17-18) de que “el estudio de caso es un estudio de lo singular, lo particular, lo exclusivo. [...] La principal finalidad al emprender un estudio de caso es investigar la particularidad, la unicidad, del caso singular”. En el caso específico de la TV Brasil, con ese enfoque de nuestra problematización y, consecuentemente, con un diseño metodológico con una estrategia definida para comprender las correlaciones de fuerza envueltas en la percepción del contexto en estudio, pretendemos un abordaje denso y profundizado del estudio de caso que nos proporcione datos para el análisis y la interpretación interpretación del problema de investigación construido en torno a la TV Brasil.

El estudio de caso es una investigación exhaustiva y desde múltiples perspectivas de la complejidad y unicidad de un determinado proyecto, política, institución, programa o sistema en un contexto “real”. Se basa en la investigación, integra diferentes métodos y se guía por las pruebas. La finalidad primordial es generar una comprensión exhaustiva de un tema determinado (por ejemplo, en una tesis), un programa, una política, una institución o un sistema, para generar conocimientos y/o informar el desarrollo de políticas, la práctica profesional y la acción civil o de la comunidad. (Simons, 2011, pp. 42-43)

Dentro del espectro de los estudios de caso, el tipo utilizado en esta investigación es el “estudio de caso intrínseco”, por tratarse de un interés intrínseco en razón de la particularidad y del sistema delimitado, específico del caso empírico la TV Brasil. De acuerdo con Stake (1995), existen tres tipos de casos (intrínseco, instrumental y colectivo). El *intrínseco* lleva la particularidad y el interés del investigador en considerar la especificidad del fenómeno en estudio. El caso *instrumental* consiste en la elección temática o de una cuestión de investigación con el objetivo de

comprender un fenómeno. El caso *colectivo* se encuadra en la propuesta de estudio de casos múltiples para comprender un tema o cuestión.

Los investigadores en estudio de casos emplean el método de muestras, como método primordial, para llegar a conocer un caso particular de forma extensiva e intensiva. En el estudio intrínseco de casos, hay poco interés en generalizar sobre las especies; el mayor interés reside en el caso concreto, aunque el investigador estudia también una parte del todo, y busca comprender qué es la muestra, cómo funciona. (Stake, 1995, p. 39)

La elección de la TV Brasil como caso intrínseco se justifica por tratarse de “un sistema delimitado”. La elección de la TV Brasil también se justifica por los criterios de originalidad y representatividad (Machado y Palacios, 2007), teniendo en cuenta que se trata de un caso original por ser la primera TV pública nacional del Gobierno Federal brasileño en señal abierta y, por lo tanto, representativo del fenómeno de la televisión pública en Brasil en relación a otros modelos. La concentración de emisoras de televisión privadas en conglomerados de comunicación en el país a partir del modelo de concesión establecido en la Constitución Federal significa que la TV Brasil representaría, por la primera vez, un contrapunto y un nuevo modelo de producción y emisión de contenidos con cobertura nacional y con programación distinta de la difundida en los medios de la iniciativa privada como la TV Globo, la mayor emisora del país. Desde el punto de vista de mercado, la TV Brasil representaba también un nuevo actor, por lo cual los grupos de comunicación temían que se produjera una división de los fondos de inversión publicitaria; por tratarse de una televisión pública, la estructura de la TV Brasil estaría garantizada por las inversiones públicas.

Además, el estudio de caso centrado en la TV Brasil buscaba el desarrollo de una investigación que pudiese explorar y describir el proceso de implantación y el desarrollo de la emisora pública en el período de 2007 a 2014. Se comprende, así, que "los estudios de caso representan la estrategia preferida cuando se colocan cuestiones del tipo "cómo" y "por qué", cuando el investigador tiene poco control sobre los acontecimientos y cuando el foco se encuentra en fenómenos

contemporáneos inserto en algún contexto de la vida real" (Yin, 2005, p. 19). Los estudios de casos, según Coller (2000), no son un método nuevo, sino que tienen una larga tradición en las ciencias sociales. Según este autor, el estudio de caso permite al investigador utilizar materiales distintos en la recogida de información, como entrevistas semiestructuradas y análisis de contenido de documentos, así como recurrir al pluralismo metodológico para encontrar la forma óptima de producir el mejor conocimiento (Coller, 2000, p. 29).

La estrategia metodológica de esta tesis parte de la revisión de la literatura sobre la radiodifusión de sonidos e imágenes (televisión) en Brasil, incluyendo una investigación documental, con la que se buscó rescatar las leyes y decretos –a partir de 1931, cuando se publica el primer decreto referente a la radiodifusión en el país– que disponen el marco legal de la radiodifusión en Brasil hasta la creación de la televisión pública, la TV Brasil, y la Red Nacional de Comunicación Pública/Televisión. Es conveniente resaltar que la recuperación de la legislación que compone el marco legal de la radiodifusión permitirá explicar cómo las leyes y decretos influyeron o no en el crecimiento de las cadenas privadas o si supusieron un impedimento para que Brasil no tuviera un sistema público de comunicación fuerte y estable.

Para Severino (2007),

La investigación documental tiene como fuente documentos en sentido amplio, o sea, no solo documentos impresos, sino sobre todo de otros tipos de documentos, tales como periódicos, fotos, películas, grabaciones, documentos legales. En estos casos, los contenidos de los textos aún no tuvieron ningún tratamiento analítico, son aún materia prima, a partir de la cual el investigador va a desarrollar su investigación y análisis. (Severino, 2007, pp. 122-123)

La consulta de las fuentes documentales se realizó en los *websites* del Ministerio de las Comunicaciones, Ministerio de la Cultura y de la Cámara de los Diputados, donde fue posible encontrar la legislación referida a la radiodifusión. Fueron

consultados además, los sitios web de la Agencia Nacional de Telecomunicações (Anatel), Grupo de Mídia de São Paulo/Mídia Dados, Foro Nacional para a Democratização da Comunicação (FNDC), Observatorio da Imprensa, Observatorio do Direito à Comunicação y de la Associação Brasileira das Emissoras Públicas (ABEPEC). Estas fuentes múltiples ayudaron a reunir datos variados que fundamentaron el análisis y la comprensión para la tesis de las implicaciones de la TV Brasil y de todo el sistema de comunicación estructurado por el Gobierno Federal durante la gestión del presidente Luiz Inácio Lula da Silva.

Empleo la palabra “documento” en un sentido amplio, para referirme no solo a los documentos políticos formales o los registros públicos, sino a cualquier cosa que se haya escrito o producido relativa al contexto o el escenario. Y en este sentido incluyo los documentos que representan formalmente a la organización, por ejemplo, folletos informativos, informes anuales, dictámenes de auditorías, declaraciones sobre la igualdad de oportunidades, declaraciones sobre la visión de futuro, normas y reglamentaciones, resultados de exámenes, y documentos informales, como periódicos, boletines, memorandos, todos los cuales pueden contener indicaciones sobre cómo se ve a sí misma la organización, o sobre cómo ha evolucionado el programa. (Simons, 2011, pp. 110-111)

Los documentos que componen nuestra recogida de datos para el análisis son documentos internos de la TV Brasil sobre su funcionamiento, leyes y decretos, reglamentos, boletines, actas sobre la creación de la Empresa Brasil de Comunicación (EBC), que originó la TV Brasil, y de reuniones, a los que se accedió a través del *site* de la EBC.

Las investigaciones bibliográfica y documental se constituyen en métodos que permiten la recogida de datos en la perspectiva teórica y de acceso a documentos que funcionan como aporte para la búsqueda de las evidencias y de la comprensión de la complejidad del caso que se estudia. Para Marconi y Lakatos (2006, pp. 62-63) “la característica de la investigación documental es que la fuente de recogida de datos está restringida a documentos, escritos o no, constituyendo lo que se denomina fuentes primarias. Estas pueden ser recogidas en el momento en que el hecho o fenómeno ocurre, o después”. Los autores también incluyen las fuentes secundarias como libros, revistas o publicaciones digitales, considerando que “la característica ‘primaria’ o ‘secundaria’ no es tan evidente, ocurriendo lo mismo con algunas

fuentes no escritas”. Por lo tanto, archivos públicos, archivos particulares y fuentes estadísticas se constituyen en documentos para la investigación. Por su parte, “la investigación bibliográfica, o de fuentes secundarias, abarca toda bibliografía ya pública en relación al tema de estudio, desde publicaciones sueltas, boletines, periódicos, revistas, libros, pesquisas, monografías, tesis, material cartográfico, etc.” (Marconi y Lakatos, 2006, p. 71).

Por otra parte, en razón de los objetivos y de las preguntas de investigación, realizamos entrevistas semiestructuradas con investigadores brasileños vinculados a prestigiosas instituciones de enseñanza en Brasil y con directivos de la TV Brasil. Los investigadores entrevistados fueron: Cesar Bolaño, de la Universidad Federal de Sergipe; Antonio Albino Canelas Rubim, Universidad Federal da Bahia y Valérios Brittos, de la Universidad do Vale do Rio dos Sinos. Las entrevistas fueron grabadas en los días 7, 8 y 9 de octubre de 2009, en Madrid, durante la realización del VII Congreso Internacional ULEPICC, que tuvo lugar en la Universidad Carlos III. El primer acercamiento a los entrevistados se realizó por correo electrónico para el marcar la fecha de las entrevistas. Fue entrevistado también, en 2015, el gerente del núcleo de proyectos periodísticos de la TV Brasil, Rafael Casé.

El guión básico de la entrevista incluye las siguientes cuestiones:

- ¿Como analiza la creación de la TV Brasil?
- La TV Brasil fue creada a través de la Medida Provisoria 398/2007 ¿Esto impidió que fuera discutida con la sociedad la creación de la emisora pública?
- El Consejo Curador de la TV Brasil fue acusado de elitista por tener cerca del 80% (ochenta por ciento) de sus miembros indicados por el presidente. ¿Cómo evalúa la cuestión?
- ¿Qué factores políticos en su opinión llevaron al presidente Lula en su segundo mandato a crear la TV Brasil?
- ¿El modelo de financiamiento de la TV Brasil garantiza el funcionamiento estable de la emisora?
- ¿Estar vinculada a la Secretaría de Comunicación Social de la Presidencia de la República compromete la línea editorial?

- ¿Cuál es el modelo ideal de TV Pública para Brasil?
- ¿Cómo analiza la reacción del periódico *Folha de São Paulo*, que en un editorial pidió el cierre de la TV Brasil?
- ¿Cómo analiza la programación de la TV Brasil?
- ¿Existe pluralidad de opinión en el periodismo de la TV Brasil?

La utilización de la entrevista semiestructurada (May, 2004) como instrumento de recogida de información permite acercarse a las ideas y a los pensamientos de los entrevistados, a la vez que posibilita, a través de la conversación libre, que estos se expresen sobre el tema, pudiendo surgir nuevas preguntas a partir de las respuestas.

[En las entrevistas semi-estructuradas] las preguntas son normalmente especificadas, pero el entrevistador está libre para ir más allá de las respuestas de una manera que parecería perjudicial para las metas de padronización y comparabilidad. [...] el entrevistador, que puede buscar tanto el esclarecimiento cuanto la elaboración de las respuestas dadas, puede registrar información cualitativa sobre el tópico en cuestión. Esto permite que él tenga más espacio para sondear allá de las respuestas y, así, establecer un diálogo con el entrevistado. (May, 2004, p. 148)

Las entrevistas realizadas en la investigación pretenden responder al objetivo y dibujar un mapa de comprensión de la dimensión política que la TV Brasil representa en el contexto. Siendo así, las preguntas de carácter semiestructurado versarán sobre los procesos de aquel periodo específico que coincide con el primer momento de la investigación de la tesis y de la creación de la TV Brasil. Se eligió a investigadores de universidades brasileñas para participar como entrevistados a partir de la consideración de la oportunidad y de la valoración que representan como estudiosos de la televisión pública, de modo que se estableciese la visión de los “especialistas”. La selección de estos investigadores se produjo por la conveniencia y por la contribución individual a los estudios sobre los medios de comunicación en Brasil y, especialmente, sobre la televisión.

En cuanto al aspecto temporal, nuestra observación del fenómeno se realizó a través de estrategias que podemos dividir en tres fases principales. La primera es la revisión de literatura sobre el objeto de estudio, que se realizó durante todo el tiempo de construcción de esta tesis hasta el informe final. La segunda fase, la recogida

documental, fue realizada en el período de 2007 a 2015 en las bases de datos del gobierno y de ambientes especializados sobre el tema. Y, por último, las entrevistas se realizaron en un primer momento en el período de 2009.

El recorrido metodológico de la investigación puede ser resumido, en su conjunto, con los respectivos desdoblamientos: 1. Investigación bibliográfica; 2. Investigación documental; 3. Entrevistas semi-estructuradas; 4. Observación. En el primer caso, se emprendió un exhaustivo análisis de revisión de literatura y de resultados de estudios anteriores para poder dialogar con el objeto en la dimensión teórica, conceptual y empírica. En el segundo caso, la investigación documental pretendió reunir documentos tanto oficiales (leyes, medidas provisionales, resoluciones) como documentos de otra naturaleza que sirviesen al propósito de recogida de datos para establecer la base del objeto de estudio. En el tercer caso realizamos entrevistas con investigadores para recoger testimonios sobre el contexto y la base teórica sobre la creación de la TV Pública Brasil y los desdoblamientos políticos.

Nuestro referencial teórico-conceptual está basado en teóricos que trabajan sobre televisión pública (Torres, 2009; Rincón, 2001; Leal Filho, 2006, 2009; Becerra, 2012, Martín-Barbero, 2001); marco regulatorio de la televisión (Simões, 2005; Bucci, 2000, 2015; Bolaño, 2007); contexto histórico de la TV brasileña (Mattos, 1990, 2002; Jambeiro, 2002, 2003; Capparelli y Santos, 2002), mercado de televisión (Bolaño y Brittos, 2008), entre otras referencias que contribuyen con la comprensión del objeto de estudio y las reglamentaciones en torno a la TV pública brasileña en perspectiva con los modelos europeos y de los países de América Latina.

En cuanto a la relevancia del caso, podríamos decir, como ya se ha indicado, que la televisión es el medio de comunicación de mayor importancia en el segmento audiovisual brasileño y esta tesis puede contribuir al debate en torno a los cambios que pueden producirse en este segmento con la implantación de una red nacional de televisión pública y su posible impacto en la producción y divulgación del audiovisual brasileño y en la construcción de una comunicación plural y democrática.

3. La televisión pública en Brasil: tejiendo los hilos de la historia

“Es la televisión pública aquella que interpela al público, incluyendo el consumidor, en cuanto ciudadano” (Jesús Martín-Barbero).

Libertad de expresión, respeto a la diversidad, educación, cultura e información de calidad con pluralidad de fuentes en una programación que atienda a las necesidades y expectativas de la audiencia, son valores fundamentales de los medios de servicio público en sus diferentes modalidades y en los diferentes países. Las emisoras públicas constituyen un factor clave para el desarrollo de la democracia en cualquier país cuando permite lo contradictorio, la información independiente y la formación de una opinión crítica. “Las emisoras públicas deben garantizar el derecho del público a criticar al poder, imaginar un mundo diferente, comunicar la evolución de sus críticas e ideas, y utilizarlas en beneficio de su libertad” (Bucci, Chiaretti y Fiorin, 2012, pp. 13-14).

Para Rincón (2001) “la televisión pública se contrapone a las reglas de la televisión comercial al tener en cuenta a los ciudadanos y no meras audiencias”, que son vendidas como números para la publicidad. La televisión pública es “aquella que privilegia el carácter público de este medio para superar su visión comercial y ganar su densidad ciudadana, aquella que nos relata cómo devenimos colectivo social” (Rincón, 2001, p. 24).

Para la UNESCO (2011):

Una definición aceptada de los medios de servicio público es así: “Los Medios de Servicio Público (MSP) son hechos y financiados por el público, bajo el control del público, y para el público. No son ni comerciales ni estatales, y están libres de la interferencia política y la presión de las fuerzas comerciales. Mediante los MSP, la ciudadanía se informa, se educa y también se divierte. Cuando sean garantizados con pluralismo, diversidad de programación, independencia editorial, financiamiento

apropiado, rendición de cuentas y transparencia, los medios de servicio público pueden servir como un fundamento de la democracia. (UNESCO, 2010, p. 37)

Como han señalado varios autores, la televisión pública nació en Europa después de la Segunda Guerra Mundial (1939-1945), donde se desarrolló como medio de comunicación de servicio público, funcionando como monopolio del Estado. “Sin embargo, la organización y el funcionamiento de los canales públicos no es igual en toda Europa. Con diferencias en el modo de financiación y estructura, la independencia política, etc.” (Iosifidis, 2010, p. 9).

Para Martín-Barbero (2001):

En la televisión pública de cada país hoy puede y debe estar presente la mejor televisión cultural del mundo. Pues como nunca antes hoy es posible no sólo técnica sino económicamente que los canales públicos emitan la más elaborada programación cultural que ofrecen las cadenas vía satélite, haciéndola así accesible a todos los ciudadanos que no tienen posibilidades económicas de suscribirse al cable o la TV-directa por parabólica doméstica. Ello significa que tener una televisión pública programada con producción del propio *país* en el sentido más incluyente de esa palabra no está en absoluto reñida con la presencia de la producción latinoamericana y del mundo. Es decir hoy la televisión pública puede ayudarnos a ser ciudadanos del mundo sin que ello nos desarraigue ni de la cultura latinoamericana ni de nuestras culturas más locales. (Martín-Barbero, 2001, p. 17)

Para Wolton (1992), tres ideas están en la base del surgimiento de la televisión pública en Europa. Primero, que la televisión, “más inquietante que la radio” en función de la suma de la imagen al audio o, como señala Martín-Barbero (2001, p. 37), “medio en el que se tejen hoy poderosas complicidades e interacciones de la cultura oral con la visualidad electrónica”, podría ser utilizada como fue la radio por los facistas en Alemania e Italia y en América Latina, por Getúlio Vargas, en Brasil, y en Argentina, por Juan Domingo Perón. “Se consideró entonces que los medios de comunicación de masa eran peligrosos y que por lo tanto debían ser controlados por el poder público”. La segunda idea apuntada por Wolton fue la reacción negativa contra el modelo de televisión privada desarrollada en Estados Unidos en el periodo de la guerra. “La “nacionalización” de la televisión estaba todavía más justificada que la de la radio a fin de sustraerla de los demonios de las utilidades mercantiles”. Por último, el autor señala la idea que se impuso en la época entre los intelectuales,

los políticos y los primeros profesionales del nuevo medio de comunicación, de que “la televisión podría ser un fantástico instrumento de democratización cultural” (Wolton, 1993, pp. 23-24).

En palabras de Leal Filho (2006), el concepto de servicio público concebido en la Europa Occidental fue instituido con el objetivo de que los medios de comunicación fuesen independientes del mercado y de la política. “Para eso solo había una forma: cobrar licencia de uso de los radioyentes, práctica que se mantiene hasta hoy en varios países europeos, extendida para la televisión”. Ese concepto de televisión como medio de comunicación público presupone, según Leal Filho, “que la misma estaría encuadrada dentro de la atención de necesidades fundamentales de la población y se equipararía a los servicios esenciales como el abastecimiento de agua, teléfono, energía o los servicios postales” (Leal Filho, 2006, p. 15).

El servicio público de televisión es un concepto clave en el panorama audiovisual europeo. La televisión pública aparece dentro del contexto del Estado de bienestar, donde la provisión de este servicio, junto con la radio, se concibe como un bien público definidor de las instituciones nacionales dedicadas a la difusión de información, cultura y ocio. (Sánchez, 2008, p. 11)

La finalidad del servicio de los medios públicos en Europa está de modo general basada en tres ejes: informar, formar y distraer. Para Costa (1986, p. 76), “estos objetivos, entre los que no se encuentra el ánimo de lucro, serían imposible de cumplir sin una intervención muy directa del Estado en el sector, lo que, de hecho, sitúa a la televisión en el área pública”. Ya para Bustamante, las tres “funciones – educar, informar, entretener, por ese orden– fue compatible con un control político efectivo de los Gobiernos en el poder, que ejercían su visión paternalista en combinación con una perspectiva elitista de la cultura, basada en los patrones de la clase media alta [...]” (Bustamante, 2004, p. 35).

Después de años de hegemonía en varios países, la televisión pública en Europa empieza a enfrentar la desregulación del mercado y la entrada de nuevos operadores a partir de la década de 80. Tremblay (2014) señala también, en ese proceso de

cambio, “la innovación tecnológica por supuesto, pero también por consecuencia de cambios ideológicos y políticos”. Con el desarrollo tecnológico, según él, ya no tenía sentido hablar de la escasez de las ondas o del espacio radioeléctrico, considerados “un bien colectivo y de propiedad pública”. En los cambios políticos señala la llegada al poder de Margaret Thatcher y Ronald Reagan, gobiernos neoliberales que iniciaron el proceso de desregulación. Sin embargo, apunta Tremblay, “las instituciones públicas no desaparecieron e incluso en América Latina y Asia surgen nuevas experiencias de servicio público” (Tremblay, 2014, pp. 3-4).

Moragas y Prado (2001, p. 2) señalan que,

En los años 80 se afirmaba la necesidad y conveniencia de la privatización como una garantía de pluralidad (contra los monopolios). Dos décadas más tarde, los argumentos vuelven a repetirse, pero ahora a favor de la conveniencia de legitimar unos servicios públicos de comunicación (contra los oligopolios) que garanticen esta pluralidad, en el marco de unos espacios públicos para la cohesión social y para la participación democrática.

Blumler (1993) identifica en la televisión europea y su modelo de servicio público, el mismo en países distintos hasta los principios de los años ochenta, seis características que la diferencian del modelo de televisión americano, que tiene una orientación y actuación volcada al mercado. De forma resumida estas características son:

1) **Un mandato de amplio alcance**, con una programación de amplia cobertura, de exhaustividad, con el objetivo de satisfacer con calidad y diversidad al mayor número posible de ciudadanos;

2) **Mandatos generalizados**, “en sus documentos jurídicos fundacionales [...], los canales públicos recibieron todos ellos mandatos de muy vaga formulación que ofrecían una gran flexibilidad de interpretación amén de una escasa necesidad de aplicación legislativa”;

3) **Diversidad, pluralismo y gama**, con respecto a lo cual el autor señala que la televisión en Europa está diseñada para atender a los múltiples tipos de audiencia con programas de calidad, “lo que implica que todos los sectores significativos de la comunidad, dividida según intereses, valores e identidades, puedan ver en los programas transmitidos un reflejo tolerablemente auténtico de sus principales inquietudes”;

4) **Funciones culturales**, la televisión pública debería promover y difundir la cultura y permitir que artistas, músicos, escritores, actores, en fin, todos los intelectuales

puedan tener espacio en la televisión para que los ciudadanos puedan disfrutar de lo mejor de la producción de estos talentos;

5) **Su lugar en la política**, “por lo general la televisión europea ha asumido algún grado de responsabilidad frente a la salud del proceso político y la calidad del discurso público generado en su seno”. La televisión pública ha tenido un papel importante, principalmente en época de elecciones, cuando realiza debates, entrevistas y cediendo cuota de tiempo a todos los partidos políticos. Sin embargo, Blumler señala que algunos canales estaban sujetos a numerosos “condicionantes políticos”, que iban desde injerencia en la programación hasta la “distribución de los cargos de dirección de los canales y de jefatura de redacción entre partidos políticos”;

6) **Carácter no comercial**, sin embargo, en algunas emisoras de televisión parte de la sustentación del medio procedía de la venta de espacio publicitario, la publicidad estaba controlada y se limitaba el tiempo de forma rigurosa. (Blumler, 1993, pp. 21-29)

Según Martín-Barbero (2001), antes del proceso de desregulación “la televisión pública había presentado buenos resultados tanto desde el punto de vista cultural como en el plano político y económico”. A partir de la desregulación tiene lugar, según él, “un cambio de rumbo ideológico/económico, que empieza a erosionar la estabilidad del estado de bienestar, y por lo tanto, el consenso entre Estado y sociedad” (Martín-Barbero, 2001, p. 47).

En Europa la televisión no se considera una mera actividad económica como en Estados Unidos, sino una herramienta social y política, accesible a todo el mundo y que contribuye a la generación de pluralismo, diversidad y expresión democrática [...]. (Iosifidis, 2010, p. 9)

La televisión pública en Estados Unidos tiene pocos aspectos en común con lo que se entiende por televisión pública en Europa. Creada en 1969, la *Public Broadcasting Service* (PBS) es la red pública de televisión formada por un conglomerado de cadenas afiliadas locales. Sin ánimo de lucro, posee una financiación mixta, en la que parte del presupuesto proviene del gobierno, pero recibe también patrocinios privados y donaciones a través de campañas realizadas para la recaudación de dinero.

Con la competencia de los canales privados y la fragmentación de la audiencia frente a la oferta de programas de las emisoras privadas, las emisoras públicas pasan en

algunos países a producir programas con características similares a los de las emisoras privadas, en un proceso de competición en la búsqueda por la publicidad y por la audiencia perdiendo, como señala Martín-Barbero (2001), su sentido de “proyecto cultural”, el que llevó, según él, a “una gran parte la audiencia a sentirse estafada” y preguntar “¿por qué seguir subvencionando con dineros públicos una televisión “igualmente frívola y barata” como la privada, o por qué subvencionar una televisión “cara”, sólo para las minorías cultas de siempre?” (Martín-Barbero, 2001, p. 48).

Sobre esto, Costa (1986) señala que el aumento de los costes de producción y de personal y la disminución del impuesto anual pagado por los ciudadanos, en el que el canon era la vía principal de financiación, sumado a la presión de grupos interesados en el negocio de la televisión, fueron empujando paulatinamente a la televisión pública a captar recursos en el mercado y haciendo que “entre 1965 y 1970, la mayor parte de las televisiones públicas abrieran su espacio a la publicidad, lo cual, si bien se hizo guardando importantes cautelas, significó una importante brecha hacia la privatización” (Costa, 1986, p. 97).

En un estudio sobre las transformaciones ocurridas en la televisión pública en la Europa Occidental en la década de los ochenta, Blumler (1993) señala que “la sociedad se vio atrapada en una auténtica tempestad de cambios tecnológicos, económicos, estructurales y legales [...] relativos a políticas de medios de comunicación electrónicos” (Blumler, 1993, p. 11).

Para Bustamante, la crisis que se instauró en los monopolios europeos de televisión pública puede ser identificada desde algunas transformaciones por las que pasaría este segmento audiovisual a lo largo de los años, tales como “la creación de los segundos canales; la descentralización con la llegada de los terceros canales; la progresiva introducción de la publicidad en los años sesenta y setenta y la desregulación con la instauración de los sistemas mixtos o duales” (Bustamante, 2004, p. 34).

A estas transformaciones es importante añadir las innovaciones tecnológicas que cambian la forma de producir y distribuir los productos audiovisuales y que implican nuevos retos para el servicio público de televisión. A pesar de todas las transformaciones por las que han pasado las televisiones públicas, siguen justificando su existencia para garantizar a los ciudadanos un espacio de pluralidad de voces, con una programación de calidad, pues como recuerda Martín-Barbero (2001, pp. 48-49), con la fragmentación derivada de la digitalización, que proporciona el desarrollo de varios canales, se hace necesaria una televisión que se dirija al conjunto de los ciudadanos.

La televisión pública en Europa aún sigue siendo señalada como referencia para varias experiencias desarrolladas en la televisión pública en América Latina. Citada casi siempre como ese modelo, la BBC enfrentó en la década de los ochenta fuertes presiones ejercidas durante el gobierno conservador de la primera ministra Margaret Thatcher, que según Leal Filho (1997) presionaba para introducir mecanismos comerciales en el funcionamiento de la emisora para que esta pudiese ser financiada por la publicidad.

En el caso específico de la BBC, a partir de 1954 convive con la quiebra del monopolio, con la aprobación de la *Television Act*, que creó el *Independent Broadcasting Authority*, con la misión de instituir un canal cuya financiación debería proceder de los ingresos de la publicidad. Este nuevo canal, el *Independent Television (ITV)*, el *Channel 3*, aunque esté financiado por la publicidad, está dentro del marco del interés del servicio público y se caracteriza por un rígido control sobre la publicidad, pues no debería, según la *Televisión Act*, “depreciar los valores de los programas hechos para entretener, instruir e informar” (Leal Filho, 1997, p. 51).

Para Sánchez:

La llegada de *Channel 3* supuso un duro golpe para la BBC. Los índices de audiencia bajaron al 30% en pocos años. Este debilitamiento progresivo se sitúa en la línea de lo que será habitual en los modelos públicos estatales: las estructuras de las televisiones públicas no son capaces de reaccionar a tiempo y su audiencia cae en

picado. El Consejo de Gobernadores reconoció que había que cambiar la estrategia, lo que implicaba la modernización y la reorganización empresarial. Aunque la lucha por la audiencia no fuera el objetivo principal, la BBC se preocupaba en tanto que tenía que justificar las inversiones públicas. (Sanchez, 2008, p. 168)

La BBC es regulada por la *Royal Charter*, que es aprobada por el Parlamento y establece el marco legal de la corporación y el valor del canon pago que abonan los ciudadanos. La financiación de la emisora viene de distintas fuentes como el canon pago por el uso de los receptores, la subvención proveniente del Departamento de Patrimonio Nacional, del *Foreign Office* y de la venta de programas y de licencia, que garantiza la independencia económica y la autonomía a la emisora.

Otros países de Europa Occidental enfrentaron también fuertes crisis en sus sistemas públicos de televisión. Para Blumler (1993),

(...) la comercialización de la televisión europea podría poner en peligro la integridad de la comunicación cívica, y esto de varias maneras. Tanto en el caso de los suministradores como en el caso de los telespectadores, las prioridades podrían pasar de la información al entretenimiento. Los telediarios podrían concentrarse en la presentación de los acontecimientos más dramáticos y espectaculares, alternando sincopadamente el análisis y el debate. (Blumler, 1993, p. 57)

Según la UNESCO (2006), “para comprender el rol de la RSP⁴ deben considerarse los siguientes factores a fin de juzgar si un sistema de RSP está cumpliendo las funciones que debería realizar”:

- a) **Universalidad:** La difusión pública debe estar al alcance de todos los ciudadanos a través de todo el país. Constituye un objetivo profundamente igualitario y democrático ya que implica a todos los ciudadanos, sin diferenciar su nivel social o ingresos. Obliga al difusor público a dirigirse a toda la población y tratar de ser “utilizado” por el mayor número posible.
- b) **Diversidad:** Los servicios ofrecidos por la difusión pública deberían diversificarse en al menos tres direcciones: los géneros de programas ofrecidos; las audiencias determinadas; y los temas discutidos. La difusión pública debe reflejar la diversidad de los intereses públicos ofreciendo diferentes tipos de programas que van desde las noticias a los programas livianos. Algunos programas deben dirigirse a solo una parte del público cuyas expectativas son

⁴ Radiotelevisión de Servicio Público.

variadas. En último término, la difusión pública debe llegar a todos, no a través de cada programa, sino a través de todos los programas y sus correspondientes variedades. Finalmente, mediante la diversidad de los temas discutidos, la difusión pública también debe intentar responder a los diferentes intereses del público y de esta manera reflejar el amplio abanico de tópicos en boga en la sociedad. La diversidad y la universalidad son complementarias en cuanto a que la producción de programas a veces son destinados a la juventud, en otra a gente adulta y en oportunidades a otros grupos, en último término significa que la difusión pública los incluye a todos sin excepción.

- c) **Independencia:** La difusión pública es un foro donde las ideas deben expresarse libremente, donde puedan circular la información, opiniones y críticas. Esto solo será posible si el difusor es independiente y con ello permite mantener la libertad de la difusión pública frente a la difusión comercial o la influencia política. Si la información entregada por el difusor público fue influenciada por el gobierno, la gente estará menos predispuesta a creer en el contenido. Además, si los programas de la difusión pública fueron creados con fines comerciales, el público no comprenderá porqué les piden financiar un servicio que les ofrece una programación que no difiere sustancialmente de la presentada por difusores comerciales.
- d) **Diferenciación:** El servicio ofrecido por la difusión pública debe distinguirse del que entregan otros servicios de difusión. En la programación de servicio público, en la calidad y en las características peculiares de sus programas, el público tiene que ser capaz de identificar que lo distingue de otros servicios. No se trata solamente de producir el tipo de programas que a otros no interesa, dirigido a las audiencia que otros no toman en consideración, o manejando temas que otros ignoran. Es asunto de hacer las cosas en forma diferente, sin exclusiones de ninguna especie. Este principio debe alentar a los difusores públicos a innovar, crear nuevos espacios, nuevas producciones, marcar el rumbo en el mundo audiovisual y liderar nuevos rumbos de otras empresas de difusión. (UNESCO, 2006, pp. 31-32)

En América Latina, a diferencia de Europa, según Martín Barbero (2001), la televisión nace estatalmente y después se privatiza y pasa “a depender masivamente de la industria norteamericana no solo en programación, sino en el modelo de producción” (Martín-Barbero, 2001, p. 47).

Para Becerra y Waisbord (2015):

La historia de los medios de comunicación de propiedad pública en América Latina muestra un desarrollo sinuoso, con una cantidad significativa de iniciativas con aspiraciones y resultados mixtos. A pesar de estar justificados en principios públicos y en postularse como alternativas a los medios anclados en la lógica privada de crédito económico, y de incluso brindar oportunidades para la expresión de una gama diferente de voces y perspectivas, los medios públicos principalmente

funcionaron como prolongaciones del aparato comunicacional del Poder Ejecutivo en casi todos los países de la región [...]. (Becerra y Waisbord, 2015, p. 13)

Fuenzalida (1998, p. 1) señala que en América Latina “bajo el nombre de Televisión Pública se engloba una gran variedad de televisoras con diferente estatuto de propiedad, con diferentes formas de financiamiento y con diferentes énfasis en su programación: propiedad estatal con dependencia o con autonomía del Gobierno [...]”. Para el autor, pese a las diferencias entre estas emisoras, existen entre estas situaciones estructurales muy similares.

Para Mastrini (2011):

En América Latina el concepto de servicio público de radiodifusión no tuvo la misma importancia que en otros lugares del mundo. [...] desde los inicios de la radiodifusión en casi todos los países de la región (con la excepción de Colombia y Chile) predominó un sistema netamente privado de carácter comercial. Paralelamente se desarrollaron sistemas de medios estatales que fueron puestos bajo la órbita de los gobiernos, quienes los usaron mayoritariamente para difundir sus políticas y discursos. Este uso de los medios estatales no contribuyó a fomentar el prestigio de los servicios públicos de radiodifusión en la ciudadanía latinoamericana.

Para el autor anteriormente citado, el servicio de radiodifusión público en América Latina dejó de ser defendido y era visto hasta con desconfianza por organizaciones de la sociedad civil y académicos, que “promovieron medios de comunicación alternativa, por afuera de la legalidad estatal” en función, según él, de la situación política vivida por los varios países de la región, gobernados por dictaduras o víctimas de sucesivos golpes militares. En Brasil, los militares que tomaron el poder en 1964 (1964-1985), optaron por apoyar la televisión privada, como se indicará más adelante, y crearon la televisión educativa volcada apenas a la transmisión de *teleclases*.

3.1 El modelo brasileño de televisión privada

A diferencia de lo que ocurrió en los países europeos en la posguerra, cuando la televisión nace como un servicio público, en Brasil surge a través de la iniciativa privada, en 1950, con la PRF-3 TV Tupi de São Paulo, emisora de televisión del grupo de comunicación de los Diarios y Emisoras Asociados, en aquella época, el mayor conglomerado de medios de Brasil.

Para Pereira (2009):

Al contrario del resto del mundo, que apostó en la creación de un sistema público de radiodifusión con estaciones de TV y radio operantes en territorios nacionales relativamente integrados y buscando un equilibrio con el sistema privado de medios, en Brasil no hubo tal perspectiva. Primero, las iniciativas de radios y TVs de carácter público nunca llegaron a funcionar como un sistema integrado. Volviéronse emisoras que operaban y transmitían de modo aislado y con muy baja inversión en equipos y producción. Segundo, en el caso de las TVs educativas, prevaleció un modelo de fuerte influencia de los gobiernos estaduais, con entes determinando directamente la gestión y administración de esas emisoras. (Pereira, 2009, p. 9)

En 1950, Brasil tenía 51,9 millones de habitantes, el 63,8% de los cuales vivían en las zonas rurales y solamente un 36,2% en los centros urbanos. La tasa de personas analfabetas de 15 o más años de edad llegaba al 50,6%. Con una fuerte concentración de la población en el campo y una economía predominantemente agrícola, la sociedad y el crecimiento del consumo solamente empieza a cambiar en la mitad de la década de los 50, con la instalación y el desarrollo de la industria y de la construcción civil, que atrae a las ciudades a las personas que dejan el campo en busca de empleo en los centros urbanos. Empieza a formarse un mercado de consumo, importante para el modelo de televisión que se instala en el país, que tendrá en la publicidad su principal fuente de financiación (IBGE, 2000).

Para Mattos (2002), la llegada y la evolución de la televisión en Brasil coincide con el comienzo de un período de grandes cambios en la estructura económica, social y

política del país. La TV Tupi, emisora pionera en Brasil comandada por el empresario de la comunicación Assis Chateaubriand, tendrá una importancia fundamental en el modelo de televisión comercial que tenemos hoy en Brasil. La PRF-3 TV Tupi fue inaugurada el 18 de septiembre de 1950 en la ciudad de São Paulo. Cuatro meses después, el 20 de enero de 1951, Chateaubriand inauguraba en Rio de Janeiro el Canal 6 de la TV Tupi. En ese momento apenas cuatro países tenían televisión transmitiendo regularmente: Francia, Inglaterra, Estados Unidos y México, que había comenzado sus transmisiones el 1 de septiembre de 1950 con el canal 4. Brasil y México serían los pioneros en América Latina en la implantación del nuevo medio de comunicación (Arroyo, 2012).

En la imagen que sigue puede observarse al empresario Assis Chateaubriand, el pionero de la televisión en Brasil:

Ilustración 1: Assis Chateaubriand en el estudio de la TV Tupi



Fuente: <http://redetupitv.blogspot.com.br>

Durante el acto de inauguración del nuevo medio de comunicación, la televisión fue definida por Chateaubriand como “[...] el más subversivo de todos los medios de

comunicación del siglo [...]” (Morais, 1994, p. 502). Según Simões, “en el discurso no hay referencias al nuevo medio como estimulador de la arte, cultura o información, como ocurriera en los primeros tiempos de la radio [...]” (2004, p. 7).

Sobre el inicio de la televisión, Federico (1982) señala que todo era nuevo en ese medio de comunicación y nadie sospechaba siquiera cómo llegar a un lenguaje televisivo. Los primeros años se caracterizaron por la improvisación. Solamente en 1955, según la autora, se detectaron algunos cambios en la forma de hacer contenidos para la televisión que buscará atraer hacia sí la mirada y la atención del público. Así, poco a poco el nuevo medio de comunicación consigue establecer un patrón y un lenguaje propio en la producción de programas de entretenimiento e información hasta consolidarse como una de las más importantes del mundo (Capparelli y Santos, 2002; Mattos, 2002, Federico, 1982).

Para poner en funcionamiento la TV Tupi, Chateaubriand traslada desde los Estados Unidos 200 aparatos de TV y los distribuye en puntos estratégicos de la ciudad de São Paulo. Los receptores fueron repartidos entre empresarios, intelectuales y políticos, incluido el presidente de Brasil, Eurico Gaspar Dutra (1946 y 1951). A partir de ese año, la industria nacional empieza a producir los primeros televisores, un aparato caro al que solamente tenían acceso algunas familias. Según Mattos (2002), dos años después de la inauguración de la TV Tupi, en 1952, los hogares brasileños tienen alrededor de 11.000 aparatos de TV en funcionamiento. Este número sube diez años después hasta alcanzar los 598.000 (Tuzzo, 2005; Mattos, 2002; Mattos, 1990).

El nuevo medio de comunicación, trasplantado a Brasil cuando aún no se había consolidado en los Estados Unidos ni en Europa, llegó cuando el país ya estaba bajo influencia estadounidense, copiando su modelo de exploración comercial en la radiodifusión. Los Diarios y Emisoras Asociados eran, entretanto, un oligopolio de la industria de la información con una precaria estructura administrativa, lejos de las normas modernas de administración. (Capparelli y Lima, 2004, p. 65)

La televisión es el resultado de varias experiencias y hallazgos. En 1929, la BBC ya hacía pruebas para la transmisión de imágenes. “Aunque, la maduración técnica de la

televisión no se complete hasta la segunda mitad de los años 30, ya en 1923 se transmitió una imagen de Nueva York a Filadelfia”. La BBC fue entonces la primera emisora en hacer una transmisión regular de televisión en el mundo, en 1936, seguida después por Estados Unidos en 1939 (Costela, 1984, p. 194).

En un país con una gran desigualdad social a consecuencia, entre otros factores, de una mala distribución de la renta, tener un aparato de televisión en la vivienda era un símbolo de estatus. El aparato se convertía en un artículo de lujo que la mayoría de los brasileños no podía permitirse. Así pues, con frecuencia la solución consistía en ver la televisión en casa del vecino. Es en ese momento cuando surge la figura del “tele vecino”, que se presentaba todas las noches para ver la televisión en casa del vecino.

Para Toledo (2002), el “tele vecino se muestra como un tipo social bastante definido y por lo tanto reconocido en sus derechos y su individualidad. Los propios presentadores de la TV se referían a ellos habitualmente al dar las buenas noches”. En otras palabras, la televisión fascinaba y los “tele vecinos” ya formaban parte de la gran audiencia que este medio de comunicación había empezado a conquistar. Audiencia que se irá transformando en moneda de cambio entre los radiodifusores, las agencias de publicidad y la industria de bienes y servicios.

De acuerdo con Simões (2004, p. 19), “[...] en 1956, hay sólo 250 mil televisores en todo el país, concentrados básicamente en el eje Rio-São Paulo”. En 2014, de acuerdo con datos del Mídia Dados (2014, 228), el número de hogares con aparatos de televisión llega a 60.979 millones, lo que demuestra el protagonismo de ese medio de comunicación en la sociedad brasileña como proveedor de información y entretenimiento.

Hay en el mundo un aparato de televisión por cada cuatro personas, pero aún faltan muchos por instalar por vez primera en los hogares. El grado de penetración del televisor en países poco desarrollados como Vietnam o Argelia es del 80 por 100 y en países en pleno despegue económico como Brasil o India, las ventas de aparatos crecen a ritmos vertiginosos. El mercado no decae, por más que algunos sigan

sentenciando su decadencia por la llegada de otros artilugios más portátiles. (Arroyo *et al.*, 2012, p. 16)

En Brasil, en 2014, el 97,2% de las viviendas tiene aparato de televisión, como se señala en la siguiente tabla.

Tabla 1: Evolución de los domicilios con TV

AÑO	NÚMEROS ABSOLUTOS (EN MIL)	%
1970	4.250	24,1
1980	14.143	56,1
1990	26.226	73,7
1995	31.576	81,0
1996	33.517	83,3
1997	35.041	86,2
1998	36.606	87,4
1999	37.593	87,4
2000	38.907	87,0
2002	42.779	89,9
2003	44.249	90,0
2004	46.733	90,3
2005	48.477	91,4
2006	50.800	93,0
2007	58.218	94,5
2008	54.753	95,1
2009	56.043	95,7
2011	54.260	95,2
2012	55.499	95,2
2013	57.957	96,8
2014	60.979	97,2

Fuente: adaptado de Mídia Dados (2014, p. 22).

Capparelli y Lima (2004) recuerdan que en los años 60, muchas familias ricas del interior de Brasil, donde todavía no había llegado la señal de la televisión, instalan el aparato de TV en el salón principal del hogar a la espera del momento en que empezara a funcionar. Para los autores, el televisor, además de un objeto de estatus, se transformó en el símbolo de una modernidad que aún estaba por llegar al país.

En los años que siguieron a la llegada de la televisión empieza el crecimiento de la población urbana. Los ciudadanos, atraídos por los nuevos puestos de trabajo en la industria, abandonan las zonas rurales. El proceso de industrialización en Brasil, iniciado a principio de la década de los 50, en el segundo gobierno de Getúlio Vargas (1951-1954), tiene continuidad en el gobierno de Juscelino Kubitschek (1956-1961), y la televisión asumirá paulatinamente el papel de principal medio de comunicación en el país financiado por la publicidad.

Para Mattos (1984), la influencia de la publicidad en la televisión brasileña se dio en:

1-. Importación de productos:

- a) las agencias de publicidad y los anunciantes, principalmente las corporaciones multinacionales, animaron y patrocinaron la importación de programas norteamericanos durante los primeros años de nuestra televisión;
- b) las agencias de publicidad continúan utilizando valores importados, como música pop americana, en la banda sonora de sus piezas publicitarias en la televisión.

2-. Obligaciones comerciales

- a) tanto las agencias como los anunciantes apoyan el desvío de la producción de programas brasileños orientados para la cultura de masa;
- b) los ingresos provenientes de los anunciantes extranjeros continúan fortaleciendo la naturaleza de la televisión. (Mattos, 1984, 1990, 1996 y 2002: 69)

El eslogan del gobierno de Juscelino Kubitschek era “cincuenta años de progreso en cinco años de gobierno”. Kubitschek puso en marcha un plan de metas para acelerar el crecimiento de la economía, principalmente a través de la industria pesada. Sin embargo, a largo plazo las metas llevaron el país a la deuda externa y la dependencia económica. “Al final de la década –y del gobierno de Juscelino Kubitschek– el país tenía bien más que duplicado el número de hogares equipado con televisor: de aproximadamente 34 mil, en 1954, habían pasado a 598 mil en 1960” (Lattaman-Weltman).

Según Mattos (2002):

Se puede argumentar, entonces, que el crecimiento de la televisión se ha visto influido directa e indirectamente por el desarrollo económico del país, o sea, por el aumento del PIB *per cápita*, por el aumento de la renta *per cápita* y por la mejor

distribución de la renta, así como debido al intenso proceso de urbanización y modernización de las ciudades brasileñas en los últimos 50 años del siglo pasado, el proceso se aceleró a partir de la década de los 60. (Mattos, 2002: 41-42)

A medida que la televisión gana importancia como medio de comunicación, el grupo Asociados expande sus emisoras a varios lugares del país y llega a convertirse en el mayor y más importante grupo de comunicación de América Latina. Para tener una idea de la importancia de los Diarios y Emisoras Asociados, sólo en el año de 1956 llegaron a inaugurar nueve emisoras de televisión. El grupo llegó a ser propietario de 33 diarios, 25 emisoras de radio y 22 canales de televisión, productoras, agencias de noticias, 28 revistas, incluso la revista *Cruzeiro*, fundada en 1958, una de las principales publicaciones del grupo y una de las revistas ilustradas más importantes del país y de América Latina. Sin embargo, con una administración frágil, los Diarios y Emisoras Asociados entran en decadencia después de la muerte de su propietario, Assis Chateaubriand, en 1968 (Mattos, 2002).

Sobre el poder del dueño de los Diarios Asociados, Miguel señala que:

Chateaubriand estuvo presente en los principales acontecimientos de la historia política de Brasil. Apoyó la Revolución Constitucionalista de 1932 y los golpes de 1945 y 1964; influyó en el resultado de elecciones, ejerció poder de veto sobre la composición de ministerios, arrancó reformas en la legislación para promover sus intereses privados. En dos ocasiones, forzó la renuncia de parlamentarios para conseguir ser elegido senador; más tarde se puso a sí mismo como embajador de Brasil en Londres. (2002, p. 31)

Los Diarios y Emisoras Asociados aún están presentes en varias partes del país con emisoras de radio, televisión y periódicos, administrados por un sistema de sociedad por acciones llamado de condominio accionario; sin embargo, ya no tiene el protagonismo ejercido en la décadas de 50 y 60. Ese sistema de condominio accionario fue creado en 1959 por Chateaubriand. El empresario firmó una escritura pública por la que donaba a 22 empleados el 49% del control accionario de su imperio de comunicación en un sistema de cuotas no transferibles, quizás como una forma de preservar la existencia de su imperio después de su muerte.

La prensa internacional publicó que un “millonario excéntrico” había donado un conglomerado de 90 empresas de regalo a trabajadores: decenas de diarios, las principales estaciones de televisión, 28 estaciones de radio, las dos revistas para adultos más importantes, 12 revistas infantiles, agencias de noticias, agencias de propaganda, un castillo en Normandía, nueve haciendas productivas esparcidas por cuatro provincias brasileñas, industrias químicas y laboratorios, esto encabezado por el poderoso Schering. (Morais, 1994, p. 16)

En 1980, como resultado de varias huelgas de los empleados debido al retraso en el pago de sus sueldos y de la falta de pagos de impuestos, el Gobierno Federal decide cancelar la concesión de la TV Tupi alegando corrupción financiera por las deudas contraídas con la Previdência Social. Para autores como Capparelli y Lima (2004), Mattos (2002) y Capparelli y Santos (2002), existían dos problemas centrales con el grupo de Assis Chateaubriand: en primer lugar, una gestión desfasada; en segundo lugar, los Diarios y Emisoras Asociados ya no mantenían una relación armoniosa con los comandantes militares que habían asumido el gobierno después del Golpe Militar de 1964.

El gobierno del General João Batista de Figueiredo (1979-1985) distribuyó las concesiones del grupo Asociados entre el empresario Adolfo Bloch, propietario de Bloch Editores, que fundó la TV Manchete (hoy Rede TV!) y la otra concesión fue entregada al empresario y presentador Silvio Santos, que fundó el Sistema Brasileiro de Televisión, el SBT. Se trata de dos de las principales redes de televisión del país en la actualidad (Simões, 2004; Mattos, 2002).

Dividir los canales de la TV Tupi entre Adolfo Bloch y Silvio Santos, según señala Ramos (2005), fue un intento del ministro de las Comunicaciones Euclides Quandt de Oliveira (1974-1979) de contener, ya en aquella época, el poder de la Red Globo. Sin embargo,

[...] nadie sería capaz de derrocar el poder político y económico de la Globo, que llegaría hasta los estertores de la Dictadura Militar, en la década de 1980, dando ejemplos claros de prepotencia política al liderar, en primer lugar, el esquema de fraude en las elecciones para gobernador de Rio de Janeiro, de modo que impidiese la victoria de Leonel Brizola, y, segundo, intentar ocultarle a la población brasileña la mayor movilización popular democrática que se ha visto en este país: la campaña por las elecciones directas para Presidente de la República. (Ramos, 2005, p. 68)

En Brasil, la televisión comercial produce, programa y exhibe casi todo el contenido de su parrilla. Para Capparelli y Lima, la “integración de las diferentes etapas de producción y distribución” es “práctica consolidada” en el país. Los grupos de comunicación en Brasil presentan propiedad cruzada y son propietarios de emisoras de radio, televisión, periódicos, revistas e internet (Capparelli y Lima, 2004, p. 45).

Otra característica de la radiodifusión de sonido e imágenes (televisión) en Brasil, es la fuerte presencia de grupos políticos en su dirección. En cualquier ciudad de Brasil, pequeña o grande, es posible encontrar medios de comunicación y entre estos, emisoras de televisión de propiedad de políticos o en nombre de personas relacionadas con ellos. Esto es el resultado, como han señalado varios autores, de una legislación que permitió que las concesiones se hayan utilizado a lo largo de la historia de la radiodifusión brasileña a cambio de favores y de apoyo político, como se indicará más adelante en esta tesis.

[...] la fuerza de la televisión no pasó nunca desapercibida para los poderosos y, como había sucedido antes con la prensa, el cine o la radio, fue desde sus comienzos un imán de las ambiciones de los gobiernos y los empresarios. El nacimiento de la televisión en la primera mitad del siglo XX y su desarrollo posterior estuvieron ligados a los gobiernos y los poderes económicos en todo el mundo. (Arroyo *et al.*, 2012, p. 19)

En 2011, la Secretaría de Comunicación Electrónica del Ministerio de las Comunicaciones divulgó en internet los datos referentes a las concesiones de radiodifusión con los nombres de los accionistas de las emisoras de radio y televisión. Según los datos del Ministerio, Brasil tenía 9.912 emisoras licenciadas para ejecutar servicios de radiodifusión de radio y televisión entre comerciales y educativas en 2011. De las comerciales, 1.485 son radios FM; 66 operan en onda corta; 1.582 en ondas medias; 6.186 retransmisoras de TV; 270 generadoras de TV y

21 concesiones de TV digital. De las educativas, son 156 radios y 71 TVs, sumando 230 emisoras educativas en el país⁵.

La divulgación de los nombres de los accionistas de las emisoras de radio y televisión eran una promesa del gobierno del Partido de los Trabajadores (PT). Para el ministro de las Comunicaciones, Paulo Bernardes (2011-2015), “avanzamos en la transparencia y acreditamos que la sociedad nos podrá ayudar en la fiscalización del sector”⁶.

La legislación brasileña no prohíbe que los políticos sean socios de emisoras de televisión siempre y cuando no ocupen cargos ejecutivos; sin embargo, esto no impide que utilicen los medios de comunicación en beneficio de sus proyectos políticos. Para Moraes, “los grupos de comunicación no se sienten impedidos para seleccionar las voces que deben hablar y ser oídas –generalmente aquellas que no amenazan sus conveniencias políticas y metas mercadológicas– [...]”. (2009, p. 184).

Una investigación realizada por el Proyecto *Donos da Mídia*⁷ entre los años 1987 y 2008, apuntaba que en ese periodo 217 políticos eran socios o directivos de 324 medios de comunicación. Los investigadores llegaron a esta conclusión a partir de datos proporcionados por la Agencia Nacional de Telecomunicaciones (ANATEL) y cruzados con los nombres de alcaldes, gobernadores, diputados y senadores de todo el país. Sin embargo, en la investigación queda claro que el número podría ser aún mayor, pues no fueron contabilizados medios de comunicación que pueden tener como propietarios concejales o que, perteneciendo a políticos, están a nombre de otra persona.

⁵ Información obtenida de www.mc.gov.br/sala-de-imprensa/todas-as-noticias/radio-e-tv/23488-30052011-minicom-coloca-na-internet-todos-os-dados-de-outorga. Acceso el 29 de diciembre de 2014.

⁶ Información obtenida de www.brasil.gov.br/governo/2011/05/populacao-pode-consultar-todos-os-dados-sobre-outorgas-na-internet. Acceso el 29 de julio de 2014.

⁷ Información obtenida de la página web del Proyecto Donos da Mídia: www.donosdamidia.com.br. Acceso el 14 de febrero de 2014.

Stadnik (1991), Motter (1994), Lima (2006), Bayma (2001), Capparelli y Santos (2002), Guareschi y Biz (2005), Lima y Lopes (2007) utilizan la expresión *coronelismo electrónico*⁸ para designar la relación establecida entre los políticos y los dueños de los medios de comunicación en Brasil.

Para Lima y Lopes (2007):

El coronelismo electrónico [...] es un fenómeno del Brasil urbano de la segunda mitad del siglo 20, que sufre una inflexión importante con la Constitución de 1988, pero persiste y se reinventa después de ella. Es también resultado de la adopción del modelo de curaduría (*trusteeship model*), esto es, de la concesión por la Unión a las empresas privadas de la explotación de los servicios públicos de radio y televisión y, sobre todo, de las profundas alteraciones que ocurrieron con la progresiva centralidad de los media en la política brasileña, a partir del régimen militar (1964-1985). Emisoras de radio y televisión, que son mantenidas en buena parte por la publicidad dominante oficial y están articuladas con las redes nacionales, dan origen a un tipo de poder ahora no más coercitivo, más creador de consensos políticos. Son esos consensos que facilitan (pero no garantizan) la elección (y la reelección) de representantes –en nivel federal, diputados y senadores– que por su vez, permiten circularmente la permanencia del coronelismo como sistema. (2007, p. 3)

La gran influencia que tienen los medios de comunicación en la política y en la vida social del país, especialmente cuando hablamos de las grandes redes de televisión nacionales, puede decirse, de forma resumida, que está relacionada con la concentración de la propiedad, con una legislación excedida y el modelo de exploración comercial. La televisión es un medio de comunicación poderoso y puede interferir en la opinión pública en detrimento del pluralismo de opinión, de ahí la necesidad de los medios de comunicación públicos, especialmente de la red de televisión pública, con su misión de hacer llegar a todos los ciudadanos otra comunicación que muestre a Brasil su diversas regiones, su cultura plural, la producción independiente de los más variados segmentos sociales presentes en la diversidad y en la riqueza cultural del país.

⁸ El término *coronelismo* tiene su origen, según Lima y Lopes, en la obra del jurista y profesor Víctor Nunes Leal *Coronelismo, Enxada e voto*, publicada en 1949. El libro narra, según explican los autores, la relación de poder ejercida por los propietarios de tierra de Brasil, denominada de “coronel”, jefe político local, que recibía esa designación como oficial de la Guardia Nacional, gestada en el siglo XIX. Esos coroneles garantizaban a los candidatos votos en las elecciones y a cambio podrían indicar las personas que irían a ocupar los principales cargos públicos en su región de influencia, como juez, comisarios de policía, agentes de los correos, profesores, entre otros (Lima y Lopes, 2007, p. 2).

Para la UNESCO (2008),

(...) la indebida concentración de la propiedad podrá evitarse de varias maneras. Los gobiernos pueden adoptar reglas tendientes a limitar la influencia que puede ejercer un individuo, una familia, compañía o grupo en uno o más sectores mediáticos, y a asegurar un número suficiente de opciones mediáticas. (UNESCO, 2008, p. 23)

La UNESCO (2008) señala aún “las recomendaciones del Consejo de Europa del 2007 sobre el pluralismo de los medios y la diversidad del contenido mediático”, que tiene los siguientes indicadores claves:

1. El Estado asegura el cumplimiento con las medidas para promover los medios pluralistas:

- ↪ regulaciones eficaces para impedir la indebida concentración de la propiedad y promover la pluralidad.
- ↪ legislación específica sobre la propiedad cruzada dentro de los medios y entre la radio/televisión y otros sectores mediáticos para impedir la dominación del mercado.
- ↪ las regulaciones reconocen la distinción entre los actores pequeños y grandes en el mercado mediático.
- ↪ disposiciones de transparencia y divulgación para las empresas mediáticas con relación a la propiedad, las inversiones y las fuentes de ingresos.
- ↪ el trámite de licencia para asignar las frecuencias específicas a difusores individuales.
- ↪ promueve la diversidad de propiedad y del contenido de la programación de los medios cumpliendo con las normas internacionales.
- ↪ las autoridades responsables de ejecutar las leyes anti-monopolio cuentan con las atribuciones suficientes, por ejemplo, para negar las solicitudes de licencias y para exigir la desinversión en las operaciones mediáticas actuales cuando la pluralidad esté comprometida o se alcancen niveles inaceptables.

2. El Estado toma medidas positivas para promover los medios pluralistas:

- ↪ los órganos reguladores aplican las leyes anti-monopolio para negar algunas solicitudes de licencias o para obligar operaciones mediáticas existentes a desinvertir para evitar las concentraciones excesivas de propiedad de los medios.
- ↪ grupos de la sociedad civil y la ciudadanía en general participan activamente de la promoción y ejecución de las medidas para fomentar el pluralismo mediático.
- ↪ los órganos reguladores asignan las licencias digitales a una diversa gama de operadores comerciales y no comerciales. (UNESCO, 2008, pp. 23-24)

Al analizar los indicadores señalados arriba, es fácil percibir que el Estado brasileño no ha dado la debida atención a la comunicación y tampoco ha hecho esfuerzos para cambiar el escenario de concentración de los medios en Brasil. El artículo 220, § 5° de la Constitución Federal dice que “los medios de comunicación no pueden, directa o indirectamente, ser objeto de monopolio u oligopolio”. El artículo continúa pendiente de regulación y por lo tanto no tiene plena validez. Durante el gobierno del expresidente Luiz Inácio Lula da Silva (2002-2010), el exministro Franklin Martins llegó a elaborar un anteproyecto de reglamentación de los medios de comunicación; sin embargo, no salió adelante y los medios de comunicación en Brasil continúan históricamente en las manos de pocos y poderosos grupos de comunicación, por la falta de voluntad política, hasta que una nueva ley de medios sea promulgada. Para Lima (2010), “Brasil es el paraíso de la radiodifusión privada comercial oligopolizada”. Con la llegada de la televisión en Brasil, ese escenario se tornó más evidente a medida que el poder de los empresarios de la comunicación se hacía mayor.

Los primeros canales de TV se instalan, según Capparelli y Lima (2004, p. 65), en São Paulo y Rio de Janeiro, las dos ciudades más importantes en el campo político y económico del país. “Desde ahí se expandieron hacia las otras capitales en el litoral y más tarde al interior del país, siguiendo los meandros de la expansión del capitalismo brasileño”. Estos dos autores apuntan también algunos hechos que, en los diez años siguientes a la llegada de ese medio de comunicación en Brasil, fueron los principales responsables de su crecimiento:

- a) el Código Brasileño de Telecomunicaciones, que reguló el campo de la radiodifusión, reforzando su vocación comercial y privada, a través de las concesiones por parte del Gobierno Federal;
- b) el surgimiento del aparato de *videotape*, por revolucionar el sistema de producción de programas, permitiendo su grabación y abriendo camino para una centralización de la producción en Rio de Janeiro y en São Paulo;
- c) la organización de la televisión en redes aún precarias –en 1967, el principal telediario de Rio de Janeiro todavía se emitía en Uruguaiana, en la frontera con Argentina, con 24 horas de retraso–;
- d) la instrumentalización de la televisión por parte de los militares, después del golpe de 1964, en el marco de la doctrina de la seguridad nacional y de la guerra psicológica que estaba teniendo lugar; y, lo que es más importante, la consolidación de las industrias culturales del país (Capparelli y Lima, 2004, pp. 68-69).

Sobre las características de la radiodifusión en Brasil, Santos (2004) señala entre otras características:

(...) la relación de intimidad establecida entre los diversos gobiernos y los concesionarios de radio y televisión. Una influencia recíproca por la cual los jefes del poder ejecutivo otorgan las concesiones a partir de criterios privilegiadamente políticos, el llamado clientelismo y los propietarios de medios escogen ministros y dictan normas que regularán el sector. (Santos, 2004, p. 77)

Ser propietario de una emisora de televisión, el medio de mayor audiencia en Brasil, ha servido en numerosas ocasiones para que se mantuvieran en el poder viejas oligarquías políticas, a pesar de ese medio de comunicación sea una concesión pública, “de finalidad educativa y cultural, así como en sus aspectos y recreativo” según el Decreto 52.795, de 1963, que aprobó el reglamento de los servicios de radiodifusión en el país.

Para Santos (2007):

En Brasil, nunca prosperó la percepción de los medios de comunicación como proveedores de servicio fundamental a la ciudadanía, al estilo de las nociones de servicio público europeas o de interés público estadounidense. Así, la oferta de los servicios, así como su contenido, no obedece a ninguna regla de control público. Y es el acceso a la información y a la cultura lo que prueba la centralidad de la televisión abierta en el país. (Santos, 2007: 134)

Para Simões y Mattos (2005), la formación de monopolio, especialmente de la televisión en Brasil, “va más allá de la cuestión económica y se relaciona también con aspectos políticos que envuelven la consolidación de la democracia y la conformación de las relaciones del poder dentro de la sociedad brasileña” (Simões y Mattos, 2005, p. 48).

Ramos (2005) recurre a Gramsci para explicar que:

[...] Empresa y media son los principales aparatos privados de hegemonía; este, los media, una forma singular de aquella, la empresa. Pero es una forma mucho más poderosa justamente por su singularidad: la de productora y diseminadora de

contenidos periodísticos, informativos en general, y de entretenimiento, embebidos en su virtual totalidad de la lógica del consumo total, que es la principal fuerza ideológicamente reproductora del capitalismo. (Ramos, 200, p. 64)

Capparelli y Lima apuntan tres factores que contribuyeron a la concentración de la propiedad de los medios de comunicación en Brasil:

1. [...] el Ministerio de las Comunicaciones “(a) considera “entidad” como significando “persona física”, no llevando en cuenta el parentesco; y (b) no considera las “redes” formadas con la “afiliación” contractual de emisoras como constituyendo subordinación “con la finalidad de establecer dirección u orientación única”;
 2. no existen normas o restricciones legales para la “afiliación” de emisoras de radiodifusión, esto es, para la formación de redes nacionales y/o regionales; y
 3. el periodo de carencia legal para la venta de las concesiones de radiodifusión, esto es, para la troca legal de propietarios, es apenas cinco años y, mismo así, sabese que existen ventas anticipadas a través de la conocida practica de los llamados “contratos de cajón”. Esto hace con que los eventuales concesionarios independientes que se sientan atraídos por la posibilidad de negociar sus concesiones con los grandes propietarios y/o viceversa.
- II. El resultado es que, antes mismo de la globalización que viene promoviendo la concentración de la propiedad en el sector de comunicación en todo mundo, el mercado brasileño ya era concentrado. (Capparelli y Lima, 2004, pp. 43-44)

Guareschi (2007) llega a hacer una comparación de la concentración de los medios de comunicación en Brasil con la colonización del país. En esta, el territorio fue repartido por los colonizadores portugueses en capitanías hereditarias⁹. Para el autor, lo mismo se produjo con la radio y la televisión en Brasil, que se distribuyó entre un

⁹ Con el objetivo de colonizar Brasil, la corona portuguesa dividió el territorio brasileño en grandes franjas de tierra y las entregó a particulares, que podrían dejarlas en herencia a sus descendientes.

reducido número de familias privilegiadas, constituyéndose en una barrera a la diversidad y la pluralidad de voces y en un impedimento a la democratización de la comunicación. Es cada vez más importante la presencia en el escenario audiovisual brasileño de la televisión pública como medio de comunicación comprometido con una programación de calidad volcada a la ciudadanía y la diversidad cultural del país (Guareschi, 2007).

De manera que la concentración de la propiedad y la tendencia creciente a la propiedad cruzada de medios se manifiestan en América Latina con la ausencia de una cultura institucional de medios públicos no lucrativos que estimulen la diversidad. Ello se traduce en un marco de intervención de grandes grupos privados que deja escasos márgenes de incidencia y acción para otros actores sociales, económicos, políticos o culturales. (Arroyo *et al.*, 2012, p. 37)

La Constitución Brasileña (1988) establece en su párrafo 2º, art. 220, que “los medios de comunicación social no pueden, directa o indirectamente, ser objeto de monopolio u oligopolio”. Hasta la actualidad este dispositivo constitucional no ha sido objeto de desarrollo reglamentario. En Brasil tenemos verdaderos monopolios en la radiodifusión, controlada por un número reducido de grupos empresariales.

3.2 Emisoras del campo público de la comunicación

La génesis de la televisión pública en Brasil fue la implantación de los canales educativos en la década de los 60. En Brasil, la televisión educativa siempre estuvo asociada a la idea de televisión pública como aquella que se contrapone al modelo de la televisión comercial. En la página web de la Empresa Brasil de Comunicación (EBC), en artículo titulado *Orígenes de la TV Pública en Brasil*, se relata que

(...) la TV Comercial convivió, a partir de 1964, con TVs estatales creadas por el régimen militar. Solo ahora, entretanto, surge el esfuerzo para la transformación de las TVs estatales federales, en colaboración con las estatales, en una red pública de televisión, según la concepción de que estas deben estar subordinadas a la influencia y el control de la sociedad civil. (EBC, 2010)

Por lo tanto, es importante esclarecer, como señala Lucas (2010), que:

(...) los términos pública, educativa y cultural se confunden en el área de la comunicación audiovisual en Brasil. La legislación utiliza apenas la denominación televisión educativa en oposición a la televisión comercial, y bajo este sello hay canales no privados, estatales o controlados por organizaciones no gubernamentales, que tienen finalidades diversas. (Lucas, 2010, p. 62)

El Decreto Ley 236, publicado en 1967, creó legalmente la figura de la televisión educativa y fue, según Fradkin (2007), el primer título legal que realizó una separación entre la radiodifusión comercial y la radiodifusión educativa. El Decreto, en su artículo 13, dice: “La televisión educativa se destinará a la divulgación de programas educacionales, mediante la transmisión de clases, conferencias, charlas y debates”. Y en Párrafo único: “La televisión educativa no tiene carácter comercial, estando vedada la transmisión de cualquier propaganda, directa o indirectamente, así como el patrocinio de los programas transmitidos, o la realización de cualquier propaganda a través de los mismos”.

Vigente hasta hoy, el Decreto Ley 236/67 fue instituido cuando el país vivía en plena dictadura militar (1964-1985) y el gobierno intentaba hacer de la televisión y de la radio un aliado en la escolarización de millones de brasileños. Sin embargo, es importante añadir que el uso de esos medios de comunicación en la enseñanza era una práctica habitual en muchos países de América Latina en aquella época. Brasil tenía en la década de 60 un número revelador de jóvenes y adultos analfabetos. Datos del IBGE, Censo Demográfico (1940-2000), apuntan que la tasa de analfabetismo de las personas de 15 a 60 años o más de edad llegaba al 39,6% de la población (IBGE, 2000).

Poco a poco, especialmente a partir de la década de los 80, las emisoras educativas implantaron una programación más flexible y de carácter más generalista, compuesta de entretenimiento, información, cultura, educación y variedades. “Y todo eso aconteció por la rebeldía a la legislación de 1967, elaborada en plena dictadura, que

limitaba el ámbito de la programación de las televisiones con licencia no comercial a la transmisión de clases y conferencias” (Ministerio da Cultura, 2006, p. 37).

El primer canal educativo de televisión en Brasil fue la TV Universitaria de Pernambuco-TVU Recife, que empezó a funcionar el 22 de noviembre de 1968. Hasta 2008, la TV Universitaria de Pernambuco formaba parte de la Red Pública-RPTV, formada por las emisoras asociadas a la Asociación Brasileña de las Emisoras Públicas Educativas y Culturales (ABEPEC), que llegó a reunir 22 emisoras y alcanzaba una población estimada de 98 millones de habitantes, según datos de la emisora educativa. Desde 2007, la TV Universitaria de Pernambuco forma parte de la Red Nacional de Comunicación Pública/televisión-RNCP/TV y transmite parte de la programación de la TV Brasil.

La utilización de la televisión como medio educativo en Brasil empezó en la década de los 50, a través de la inserción de programas educativos en las emisoras comerciales (Valente, 2009). Para Fradkin (2007), las emisoras educativas surgirán sin ninguna planificación por parte del gobierno. De acuerdo con el autor, la vinculación y la razón social de esas emisoras eran diversas, desde fundaciones y universidades a secretarías de educación y cultura de los estados. “Todas actuaban de forma independiente, sin ningún tipo de interactividad”, como se observa en el siguiente cuadro.

Tabla 2: Las primeras emisoras educativas creadas entre 1968 y 1974

EMISORA	RAZON SOCIAL	VINCULACIÓN
TVE do Rio de Janeiro	Fundación Pública	Federal (Ministerio de Educación)
TVE do Amazonas	Fundación Pública	Estadual (Sec. Comunicación)
TVE do Ceará	Fundación Pública	Estadual (Sec. Educación)
TVE do Espírito Santo	Fundación Pública	Estadual (Sec. Educación)
TVE do Maranhão	Fundación Pública	Estadual (Sec. Educación)
TVU de Pernambuco	Universidad	Federal (Ministerio de Educación)
TVU do Rio G. do Norte	Universidad	Federal (Ministerio de Educación)
TVE do Rio G. do Sul	Administración Directa	Estadual (Sec. de Educación)
TV Cultura de São Paulo	Fundación Privada	Estadual (Sec. de Cultura)

Fuente: radiodifusaoeducativa.blogspot.com.br

Mattos (1990) señala que en 1960, la TV Cultura de São Paulo, en la época una emisora comercial perteneciente a los Diarios y Emisoras Asociados, y 1962, las cadenas privadas TV Continental, en Rio de Janeiro, y la TV Tupi, en São Paulo, ya presentaban programas educativos en su programación.

Para Hoineff (2006):

Del tipo de educación que provenía ni es bueno hablar. El tiempo hizo que la imagen de “televisión educativa” quedase asociada a acciones pedagógicas promovidas por señoras de moño alto, contrarias a todo que pueda ser diferente a lo que ellas enseñaban en las clases. El término fue más tarde sustituido por “televisión pública”. Una cosa no tiene nada que ver con la otra, pero “televisión pública” era un nombre mejor, aunque lo que ellas hacían no tenía nada de público y mucho menos de televisión. (Hoineff, 2006)

En 2007, el documento del seminario *La comunicación pública en el proceso de integración regional* señala que, de los 27 estados de la Federación, 24 tenían canales educativos y culturales, funcionando en señal abierta y gratuita. Con naturaleza jurídica diversa, siendo en su mayoría fundaciones de derecho público o de derecho privado, las emisoras estaban vinculadas a universidades federales; otras eran autarquías estatales y hasta las organizaciones de asistencia social tenían concesiones de canal educativo. Esas emisoras en los estados son las que forman hoy la red nacional de televisión pública.

Milanez (2007), en su libro *TVE, Cenas de uma História*, señala que en 1952, el presidente Getúlio Vargas (1934-1945 y 1951-1954) otorgó las concesiones de canales educativos a varias instituciones situadas en Rio de Janeiro, como la Radio Nacional, Decreto 29.254; el Ministerio de la Educación y Salud, Decreto 30.814; Fundación Radio Mauá, perteneciente al Ministerio del Trabajo, Decreto 30.815; y Ayuntamiento del Distrito Federal, Decreto 30.832. La autora señala la participación en la época de un personaje importante, el pionero de la radiodifusión en Brasil, el profesor Edgard Roquette-Pinto, que con un grupo de emprendedores recibió la concesión del canal 2, Decreto Presidencial 30.832, de 10 de marzo de 1952. La

licencia era concedida para el Ayuntamiento del Distrito Federal “para establecer, por intermedio de la Radio Emisora Roquette-Pinto, una estación de radiotelevisión”.

Roquette-Pinto iba a dotar al país de una emisora pública con los mismos ideales de la Radio Sociedad, fundada por ello, que tenía como destino fomentar la educación y la cultura. Tomando como referencia un reportaje publicado en 1960 por la Revista *PN-Publicidade e Negócios*, titulado *O Escândalo da TV Educativa no Brasil*, Milanez (2007) señala que la televisión educativa de Roquette-Pinto no tuvo éxito por la falta de atención política a la que fue sometida el proyecto. Cinco años después, todas las concesiones del Decreto 29.254/52 fueron canceladas por el presidente Juscelino Kubistchek (1956-1961) a través del Decreto 42.939, de 30 de diciembre de 1957, que dice:

Quedan declaradas caducas, para todos los efectos, en los términos del artículo 26, letra a) del Reglamento aprobado por el Decreto n° 21.111, de 1° de marzo de 1932, combinado con el artículo 16, § 1°, del mismo reglamento, las concesiones otorgadas a la Superintendencia de las Empresas Incorporadas al Patrimonio Nacional (Radio Nacional), al Ministerio de la Educación y Salud, al actual Ministerio de la Educación y Cultura, el Ayuntamiento del Distrito Federal (Radio Emisora Roquette Pinto), la Sociedad Radio Emisora Continental Limitada y la Radio Sociedad Anónima Mayrink Veiga, respectivamente por los Decretos 29.254, de 30 de enero de 1951, 30.814, de 5 de mayo de 1952, 30.832, de 10 mayo de 1952, 30.946, de 5 de julio de 1952, y 31.198, de 28 de julio de 1952, para establecer en esta Capital, estaciones de radiotelevisión. (Brasil, 1957, art. 1°)

Para Jambero (2002), dos factores que contribuyeron a la implantación de la televisión educativa en Brasil en la década de los 60, fueron la presión ejercida por la UNESCO, que recomendaba el uso de la radio y la televisión para atender las carencias educacionales en países subdesarrollados o en desarrollo, y la necesidad de calificar mano de obra para la industria en proceso de desarrollo (Jambero, 2002, p. 122).

En la misma línea de pensamiento de Jambero, Cunha Lima señala que desde “el inicio de los años 60 hervía en Brasil y en el mundo la idea de que la televisión sería la tabla de salvación de la educación, llevando contenido de calidad más rápido y más lejos que los métodos tradicionales” (Cunha Lima, 2008, p. 32).

Para Carmona (2006):

La trayectoria de la televisión educativa siempre ha sido confusa. Algunas estaciones tuvieron como raíz de su creación razones de orden político; otros debieron su existencia a la tenacidad individual de idealistas, pero en general han sido diseñados con objetivos educativos, de aminorar la brecha en la educación básica en este enorme país. En el pasar de los años 80, el concepto en torno de las TVs educativas se modificó. La TV jamás podría sustituir a la escuela y, así, pasaron a ofrecer una programación comprometida con la identidad nacional, la cultura brasileña, la ciudadanía y la formación profesional del comunicador social, financiadas siempre por los gobiernos federales y estatales.

Para Valente (2009), “en tanto los ejecutivos estatales construían sus televisiones y radios, el Gobierno Federal actuaba como centro de producción de programas educativos instituyendo para eso, en 1972, el Programa Nacional de Teleducación (Prontel)”. El autor resalta que esta condición “cambió a lo largo de década de 1970” [...] con “el Ejecutivo Federal pasando a la condición de operador directo de radiodifusión, con la implantación de la TVE de Rio de Janeiro” (Valente, 2009, p. 271).

La Televisión Educativa de Rio de Janeiro-TVE-RJ, canal 2, comenzó a funcionar en 1974. Esta emisora y la TV Cultura de São Paulo serán las dos emisoras educativas más importantes del país. La TVE-RJ, junto con la TVE do Maranhão y la TV Nacional de Brasília, emisoras vinculadas al Gobierno Federal, fueron incorporadas por la EBC y son los primeros canales de la TV Brasil.

En el Decreto 236/67 no queda definido ningún modelo de financiación para la televisión educativa y cultural. Sin un modelo de financiación, estas emisoras pasan a depender de los gobiernos y de las instituciones a las que están vinculadas. Sin fuentes estables de financiación, con pocos recursos para la producción de contenidos creativos, la TV educativa fue para la expresidenta de la TVE-RJ, Beth Carmona,

[...] “usadas como un *mix* de salvación para la educación e instrumento político y siempre presentaron problemas de sustentación financiera, de discontinuidad de

gestión, de falta de legitimidad y de reconocimiento de su papel social”. (Agencia Cámara de Noticias, 2006)

El Decreto 236 de 1967, cuando creó las emisoras educativas y culturales en Brasil, prohibió la publicidad, determinando en su artículo 13, párrafo único, que “la televisión educativa no tiene carácter comercial, siendo prohibida la transmisión de cualquier propaganda, directa o indirectamente, así como el patrocinio de los programas transmitidos, al igual que cualquier propaganda en los mismos”. Para autores como Bolaño y Brittos (2008), prohibir la publicidad en las emisoras educativas “estaba de acuerdo con los intereses de los radiodifusores privados, que ya no tenían un competidor en la disputa por publicidad en el mercado”, y quizás del Gobierno Federal, uno de los mayores anunciantes del país en el sector público. Los autores señalan que:

Además de las limitaciones de orden económico, haciéndolas depender básicamente de los presupuestos destinados por los gobiernos estatales –dificultando su autonomía financiera y colocándolas en la esfera de la política local–, la propia definición de sus funciones restringe brutalmente sus posibilidades de acción, tanto en aspectos formales como de contenido. A partir de los años 80, la publicidad empieza a ser introducida sobre el concepto de patrocinio, pero la norma referida, de 1967, no se altera. (Bolaños y Brittos, 2008)

La prohibición de emitir anuncios será parcialmente revocada con la publicación el 2 de julio de 1986, de la Ley de incentivo a la cultura, conocida como Ley Sarney. Promulgada por el presidente José Sarney (1985-1990), la ley permitía que parte del que sería pago de impuestos por las empresas pudiese ser invertido en la financiación de proyectos o programas culturales a través de donación o patrocinios, entre otros, de la producción de vídeos, películas y otras formas de reproducción fonovideográficas, lo que no resolvía en su totalidad los problemas económicos de las emisoras, aunque se transformaría en una alternativa para las televisiones educativas y culturales de producir contenidos audiovisuales.

En 1991, la Ley Rouanet, Ley 8.313, elaborada por el ministro de la Cultura Sergio Rouanet (1991-1992), permitió a las emisoras educativas recibir sumas publicitarias en forma de patrocinio y apoyo cultural. Las empresas podrían aplicar en proyectos

culturales hasta un 4% de lo que pagarían de impuesto de la renta; a las personas físicas, el valor llegaba hasta el 6%. Para Fradkin, la Ley Rouanet “no solo restableció los principios contenidos en la Ley Sarney, sino que también incluyó expresamente como área cultural susceptible de recibir incentivos en su art. 25, IX, la radio y las emisoras educativas y culturales de carácter no comercial” (Fradkin, 2007).

Muchas emisoras buscarán alternativas de financiación compitiendo en el mercado de la publicidad con las emisoras comerciales en una disputa desigual, ya que los índices de audiencia continúan siendo uno de los factores principales para determinar el destino del dinero de la publicidad y las emisoras educativas y culturales están lejos de tener la audiencia ostentada por las emisoras comerciales. Esa disputa lleva a las emisoras a intentar hacer una programación que se aproxime a la de las emisoras comerciales, perdiendo su sentido de emisoras educativas y culturales.

Para Cunha Lima (2005), la legislación proporcionaba las condiciones para que la televisión comercial “florecese como una herramienta indispensable al régimen militar, sin embargo, al tratar la televisión educativa como un tipo destacado de concesión, con normas y exigencias propias, servía para *enyesar* definitivamente la televisión pública”, que aún continúa regida por un decreto de 1967. Para Carmona,

Con el paso de los años, desde 1970, la distancia entre las TVs públicas y las TVs privadas, explotadas comercialmente, fue cada vez mayor, hasta el punto de que la programación de las primeras se convirtió en motivo de burla en caricaturas de la prensa escrita o en programas de humor. Siempre a remolque de las interferencias políticas y discontinuidad de gestión, las televisiones de licencias educativas y las demás públicas encuentran hasta hoy grandes dificultades de sobrevivencia en función de la falta de una política clara en relación a la utilización de los medios de comunicación al servicio de la sociedad”. (Ministerio da Cultura, 2006, p. 21)

Salvo los casos excepcionales, como la TV Cultura de São Paulo, la TVE Minas del Estado de Minas Gerais, la TVE del Estado de Rio grande do Sul o la TVE de Rio de Janeiro, las educativas y culturales en su mayoría pasaron su existencia enfrentando dificultades para mantener una programación creativa y osada. Datos de la ABEPEC, de 2007, para el I Foro Nacional de TVs Públicas, indican que los “programas

periodísticos y culturales son predominantes en las 1.965 horas semanales producidas por las 19 emisoras” asociadas de la entida (Ministerio de Cultura, 2006, pp. 46-47).

[..] en la inmensa mayoría de los casos, la programación [...] tiene vocación generalista; el menú contempla programas infantiles, telediarios, transmisiones de deportes, musicales, *games*, películas, variedad, documentales, productos culturales y didácticos. La “tele dramaturgia”, por su parte, aparece escasa y estacionalmente, tanto en la programación infantil como en la adulta. (Ministerio de Cultura, 2006, p. 47).

Castro (2006) señala otros problemas que afectaron a esas emisoras:

[...] la falta de continuidad de las políticas de programación, del área administrativa entre otras. Eso ocurre debido la alta rotatividad de los directivos, casi siempre renovados en los cambios de los gobiernos estatales, o incluso durante el mandato de los gobernadores en ejercicio. Otro problema que perjudica el crecimiento de esas emisoras, tal vez decurrente del anterior, es la financiación de las producciones, siempre realizadas con recursos mínimos, y la baja remuneración de los empleados en relación al mercado. (Castro, 2006, p. 113)

Las emisoras educativas y culturales, emisoras del campo público de la comunicación, deben y pueden ejercer un papel importante sin abandonar la información y el entretenimiento, con una propuesta pedagógica en un espacio de construcción y de transformación social. Sin embargo, es importante destacar que esas emisoras continúan en busca de una financiación pública que permita la autonomía financiera y la independencia del mercado para que puedan tener una programación con continuidad, creativa y en favor de la cultura y de la ciudadanía. La formación de la Red Nacional de Televisión Pública se presenta, como veremos más adelante, como una salida para el fortalecimiento de esas emisoras. Sin embargo, es urgente que haya una nueva legislación para reglamentar las emisoras, especialmente las que continúan regidas por el Decreto-Ley 236 de 1967.

En 2014, tuvo lugar el *Foro Brasil de Comunicación Pública* en Brasilia, promovido por la Secretaría de Comunicación de la Camara de los Diputados y por el Frente Parlamentario por la Libertad de Expresión y el Derecho a la Comunicación (Frentecom) de la Cámara de los Diputados, con la participación de las entidades

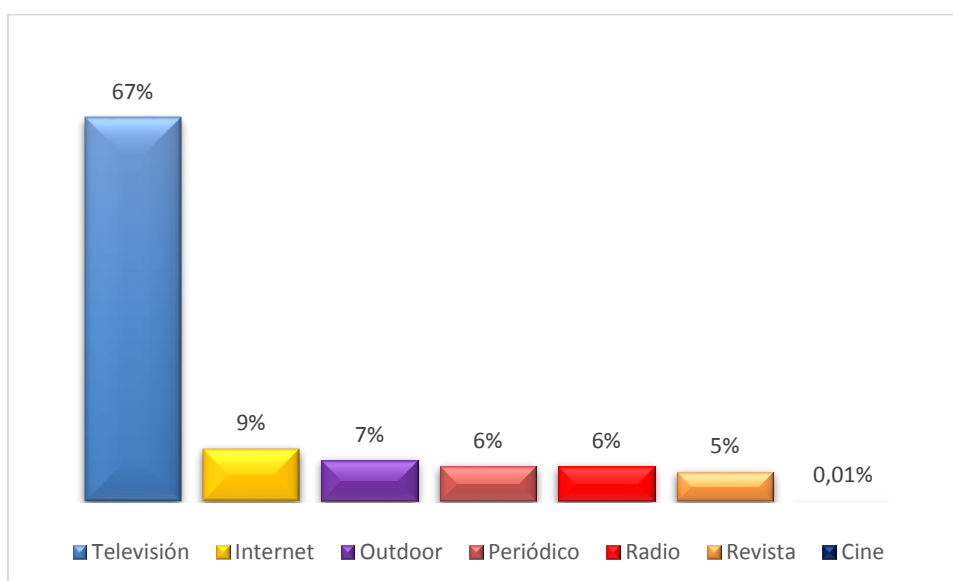
representantes de las emisoras del campo público. En el foro, las emisoras educativas y culturales señalaron “la falta de estructura y de una política de financiación clara para las emisoras”. La participación en la Contribución para el Fomento de la Radiodifusión Pública (CFRP), que contempla las emisoras del sistema nacional de comunicación público dirigido por la EBC, fue uno de los temas relevantes del evento. Las emisoras defienden como plataforma para el desarrollo de la comunicación pública:

- I. El fortalecimiento del Sistema Público de Comunicación pasa por la ampliación considerable del volumen de recursos destinado a las emisoras que lo componen.
- II. Es necesario establecer un modelo de financiación basado en fondos estables (protegidos de contingencias) de niveles nacional, estadual y municipal, impulsados por recursos presupuestarios y teniendo como una de las fórmulas centrales la Contribución para el Fomento a la Radiodifusión Pública.
- III. La CFRP debe ser reglamentada para que atienda al conjunto del campo público y no solo a la EBC. La Casa Civil debe abrir un diálogo con todos los agentes del campo y con el conjunto de la sociedad sobre esa normatización. En cuanto a la parte ya depositada en la cuenta de la EBC, debe ser tratada como un aumento al presupuesto originalmente previsto y no reemplazarlo integral o parcialmente.
- IV. El Gobierno Federal debe intensificar esfuerzos para liberar, por vía política o jurídica, los recursos de la Contribución. Parte de publicidad gubernamental debe ser destinada a los medios del ámbito público en un porcentaje definido previamente y por medio de criterios claros. Debe elaborarse una política pública de fomento a las emisoras del ámbito público, en especial a las que no disponen de fórmulas presupuestarias, como las comunitarias.
- V. El mecanismo de “apoyo cultural” debe ser regulado de forma unificada para todos los medios del campo público (Intervozes, 2014).

Las emisoras del ámbito público de la comunicación reivindican una mayor participación en el monto invertido en publicidad por el Gobierno Federal. En 2014, la inversión en publicidad del Gobierno Federal fue de R\$ 2,321 billones. De ese valor, R\$ 1,555 billones fue invertido en la televisión, lo que corresponde al 67% del total de los gastos de publicidad en todos los medios (Telaviva, 2015, p. 6).

En 2013, la inversión llegó a R\$ 2,3 billones. La televisión también fue el medio que más inversión recibió, con 1,5 billones (309 millones para periódicos y revistas, 139 millones para internet y 176 millones para otros medios) y de ese total, 1,3 billones, el 86%, fue destinado a la Globo, SBT, Red Record, Red Bandeirantes y Red TV!. De esas emisoras, la Red Globo de Televisión logró la mayor parte, con R\$ 570 millones. Los datos son de la Asociación Brasileña de Empresas y Emprendedores de la Comunicación (Altercom).

Gráfico 1: Inversión en publicidad por el Gobierno Federal en 2014



Fuente: Elaboración propia con datos de Telaviva (2015, p. 6).

La Altercom defiende que los criterios técnicos adoptados por el Gobierno Federal para la distribución de la publicidad sean discutidos, y que se tome en consideración el principio de la democratización de la información, que pasa por el fortalecimiento

financiero de los medios que no pertenecen a las grandes empresas de comunicación. “La realidad de los medios de comunicación en Brasil apunta, cada vez más, a dos tipos de concentración: el de la información y el de las sumas publicitarias,” señala la entidad. La UNESCO (2008, p. 22) en sus indicadores de la “pluralidad y diversidad de los medios de comunicación social, igualdad de condiciones económicas y transparencia en la propiedad”, apunta como uno de los indicadores claves, que “el Estado no discrimine mediante su política publicitaria”.

Para Bucci (2015),

En Brasil y en países vecinos, la tentación fácil que lleva los mandatarios a venderse a sí mismos como si fueran mercancías dotadas de poderes mágicos, o como si fueran empresas que llevan beneficios a los más necesitados, no ha sido limitada por los necesarios frenos legales. Esa tentación no encuentra amparos. Basta constatar que, entre nosotros, no hay límite para el volumen de presupuesto público que puede ser usado en publicidad oficial. (Bucci, 2015, p. 22)

El gobierno defiende el criterio técnico de mayor índice de audiencia, el mismo que utilizan las empresas de la iniciativa privada. Para el secretario ejecutivo de la Secretaría de Comunicación (Secom), Roberto Bocorny Messias (2013), en un artículo en el Observatorio de la Prensa:

Si la publicidad del gobierno tiene como objetivo primordial hacer llegar su mensaje al mayor número posible de brasileños y brasileñas, la audiencia de cada medio tiene que ser el estimador de negociación y de distribución de inversión. La programación de recursos debe ser proporcional al tamaño y al perfil de la audiencia de cada medio.

Para Lassance (2015), en un artículo también publicado en el Observatorio de la Prensa, el gobierno no sigue criterios técnicos en la publicidad. El autor hace una comparación con los datos de la Investigación Brasileña de Consumo de Medios (2015), encargada por el gobierno a través de la Secretaría de Comunicación Social, y señala que el criterio técnico no es respetado. Según él, el consumo de televisión es de 40,95% y la inversión del gobierno en este medio es de 72,2%, como aparece en las siguientes tablas.

Tabla 3: Hábitos de consumo de medios por la población brasileña (2015)

Medio	Datos de consumo
Televisión	40,95
Radio	23,71
Internet	20,69
Periódicos (impresos)	9,05
Revistas (impresas)	5,60

Fuente: <http://observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/governo-federal-financia-midia-cartelizada-mais-cara-e-menos-plural>

Tabla 4: Gastos en publicidad-Gobierno Federal 2014 (%)

Medio	%
Televisión	72,20
Radio	6,90
Internet	9,09
Periódicos (impresos)	6,73
Revistas (impresas)	5,09

Fuente: <http://observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/governo-federal-financia-midia-cartelizada-mais-cara-e-menos-plural>

Ya para Rodrigues (2015), “medios de comunicación de audiencia limitada y especializados en la cobertura de asuntos políticos o económicos tuvieron un aumento del 33, 2% de inversiones federales de publicidad en 2014 sobre el 2013”.

Para Leal Filho (2009, p. 58), “a diferencia de lo que ocurrió en Europa, en Brasil las tímidas iniciativas para implantar servicios públicos de radiodifusión fueron siempre subordinadas al modelo comercial”. El autor destaca cinco momentos que considera significativos en la historia de la radiodifusión pública en Brasil: 1) La fundación de la Radio Sociedade de Rio de Janeiro, en 1923; 2) La implantación de la Fundación Padre Anchieta en São Paulo, en 1969; 3) La promulgación de la nueva Constitución de la República, en 1988; 4) La aprobación de la Ley 8.977, conocida como Ley del Cable, en 1995; y 5) El lanzamiento por el Ministerio de la Cultura del 1º Foro Nacional de TVs Públicas, en 2006 (Leal Filho, 2009, p. 59).

En la trayectoria de las emisoras educativas, consideradas las primeras iniciativas de emisoras públicas en Brasil, como se ha señalado, es importante destacar la TV Cultura de São Paulo, recordada casi siempre como el mejor ejemplo de emisora pública en el país. Para Torves, “la Cultura de São Paulo fue la primera en alejarse de esta línea tv-clase y buscar como eje de su programación la cultura” (Torves, 2007, p. 90).

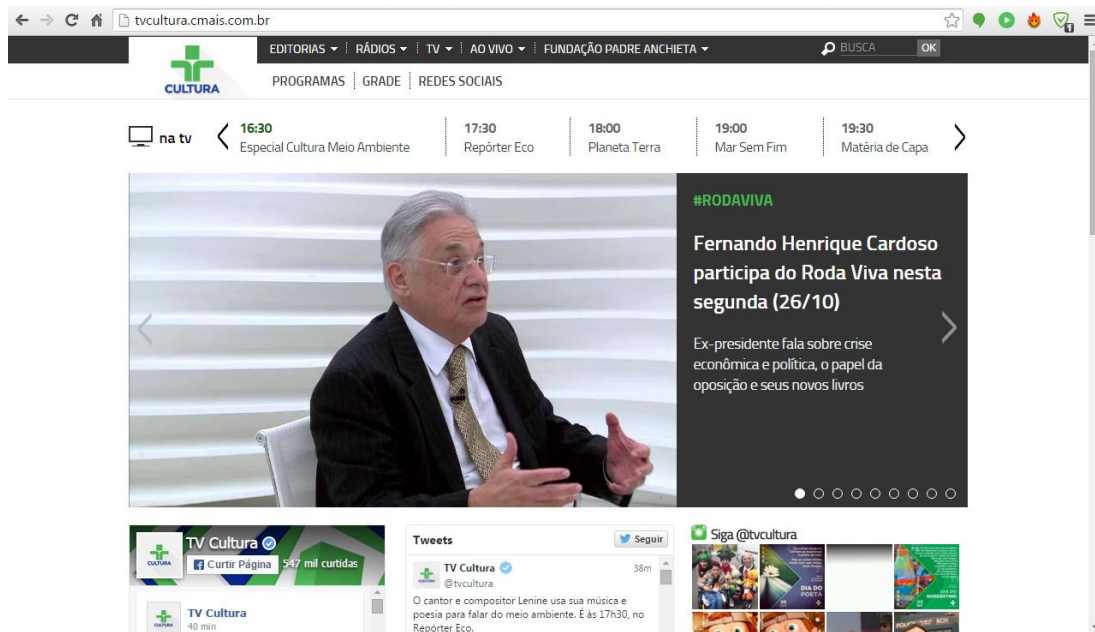
La TV Cultura es considerada como la emisora que más se aproxima del modelo de televisión pública entre las educativas brasileñas. La TV Cultura tiene un consejo curador, órgano inexistente en casi todas las otras emisoras educativas. La emisora también destaca por la calidad de sus programas, con énfasis especial los dirigidos a los niños y jóvenes. Programas como *Bambalalão*, *Catavento* o el *Castelo Ra-Tim-Bum*, por ejemplo, además del reconocimiento del público, ganaron varios premios nacionales e internacionales y dieron a la emisora índices significativos de audiencia, raros para una emisora educativa y cultural en el país.

La TV Cultura tiene como entidad mantenedora la Fundación Padre Anchieta, instituida por el gobierno del Estado de São Paulo en 1969 como entidad de derecho privado, pero mantenida con aportaciones públicas del gobierno de São Paulo. Según Cunha Lima, “[...] una iniciativa inédita, llevada a cabo en plena dictadura, la implantación de una emisora de TV por el Gobierno del Estado demandaba antes de más nada una delicada ingeniería jurídico-institucional” (Cunha Lima, 2008, p. 43).

(...) con algunas limitaciones [...] el Consejo Curador de la Fundación Padre Anchieta es la principal barrera institucional a las embestidas del Estado y de la iniciativa privada sobre las emisoras. (Leal Filho, 2003, p. 159)

La independencia de una emisora pública no se apoya apenas en su estructura jurídico-institucional. Esta es importante, pero solo surte pleno efecto si está complementada por una total independencia financiera, algo que la Fundación Padre Anchieta nunca logró. Con prácticamente la totalidad de sus recursos provenientes del presupuesto del Estado de São Paulo, la institución terminaba quedando a merced de los gobernantes de turno (Leal Filho, 2003, p. 160).

Ilustración 2: Página web de la TV Cultura



Fuente: <http://tvcultura.cmais.com.br/>

Según Jimenez (2014), una investigación encomendada por la BBC de Londres al Instituto Populu en 2014, señaló la TV Cultura como la segunda emisora de mayor calidad en el mundo, quedando solo por detrás de la BBC. La investigación fue realizada en 14 países: Alemania, Australia, Brasil, Dinamarca, Emiratos Árabes Unidos, España, Estados Unidos, Francia, Holanda, Italia, Japón, Portugal, Reino Unido y Suecia. La TV Brasil quedó en 32º lugar. De las emisoras comerciales brasileñas, la TV Globo quedó en la 28º posición; la Red Bandeirantes, en el puesto 35º; la Red Record, en el 39º; y el SBT, en el 40º posición (Jimenez, 2014).

Para Torves, “la TV Cultura encontró brechas en la legislación y creó una base jurídica que le permite transmitir anuncios comerciales, generando, de esa forma, disputas judiciales y duras críticas de las emisoras privadas” (Torves, 2007, p. 121).

Según Carrato (2005),

[...] en 1993, la TV Cultura consiguió patrocinio para todos sus programas por valor de US\$ 4 millones, para un presupuesto total de US\$ 30 millones recibidos del

gobierno de São Paulo. En esa época, la emisora fue multada 300 veces por el Ministerio de las Comunicaciones, pero en un gesto de desobediencia civil, rehusó pagar la multa y no le ocurrió nada.

En 2014, la TV Cultura y la Empresa Brasil de Comunicación en Brasil firmaron acuerdo de cooperación para el intercambio de más de 200 horas de programación. El acuerdo es válido por un año. De la TV Brasil, la TV Cultura exhibirá los siguientes programas: *Samba en la Gamboa*, *Conociendo Museos*, los programas infantiles *Igarapé Mágico* y *Janela Janelinha* y las series *Resistir é Preciso* y *Memoria do Brasil*. La TV Brasil exhibirá los siguientes programas producidos por la TV Cultura: *Sr. Brasil*, *Viola Minha Viola*, *Provocações*, *Café Filosófico* y el programa infantil *Cocoricó* (TV Brasil, 2014).

En el primer semestre de 2011, el Ministerio de las Comunicaciones sometió a consulta pública un modelo de ordenanza que contenía propuestas para reglamentar el sector. Después de recibir casi 400 contribuciones a través de internet¹⁰, publicó la Portaria 420, de 14 de septiembre de 2011, Diario Oficial de la Unión (DOU), con nuevas reglas para la concesión de licencias de emisoras educativas. El objetivo de la Portaria 420, según el Ministerio de las Comunicaciones, es proporcionar transparencia al proceso, que será divulgado en internet, incluyendo las razones por la cual un proceso fue aprobado.

El proceso de concesiones para la radiodifusión educativa empieza ahora a realizarse por medio de avisos de habilitación. De las normas contenidas en la ordenanza, tendrá una mayor puntuación, por ejemplo, la universidad que tenga el mayor número de alumnos en relación al número de habitantes del municipio donde está localizada. La ordenanza determina además (art. 4, párrafo 2º), que “para participar del procedimiento selectivo de que trata esta Portaria, las entidades de la administración pública indirecta federal deberán declarar que integrarán la red nacional de comunicación pública gestionada por la Empresa Brasil de

¹⁰ Información obtenida de: <http://www.mc.gov.br/noticias-do-site/23387-040511-consulta-publica-sobre-radiodifusao-educativa-tem-quase-400-contribuicoes-na-internet> Acceso el 7 de febrero de 2012.

Comunicación (EBC)”. En el anexo de la Portaria 420/2011, en el que se indican los documentos necesarios para la presentación de la propuesta, se indica en el punto cinco que es preciso: “Declaración firmada por el representante legal de la persona jurídica interesada, integrante de la administración pública federal, de que se integrará la red nacional de comunicación pública administrada por la Empresa Brasil de Comunicación (EBC)”.

Con la promulgación en 1995 de la Ley nº 8.977, la Ley del Cable, se crearon nuevas emisoras sin finalidad comercial: los canales de acceso público. En el Capítulo V, referente a la operación y servicio, se indica que la operadora de TV por cable, en su área de prestación de servicio, deberá tener disponibles los canales básicos de utilización gratuita: un canal para el Legislativo Municipal/Estadual, un canal para la Cámara de los Diputados, un canal para el Senado Federal, un canal universitario, reservado para el uso compartido entre las universidades localizadas en el área de prestación de servicio de la operadora, un canal educativo-cultural, un canal comunitario y un canal para el Supremo Tribunal Federal. Esas emisoras son denominadas en Brasil de emisoras del “campo público de la comunicación”. En 2007, con la creación de la Empresa Brasil de Comunicación (EBC) y de la TV Brasil, las emisoras educativas y culturales y universitarias fueron llamadas a formar parte de la Red Nacional de Televisión Pública.

3.3 El mercado de emisoras y redes en Brasil

El mercado de televisión en Brasil es uno de los más grandes de América Latina. Está mayoritariamente dominado por la televisión comercial abierta, formada por cinco grandes redes: la Red Globo de Televisión; el Sistema Brasileño de Televisión-SBT; la Red Record de Televisión, la Red Bandeirantes de Televisión y la Red TV. Estas redes de televisión son responsables de la práctica totalidad de la información y el entretenimiento que la población consume y juntas llegan a más del 98% de los

5.570 municipios brasileños, que suman una población de 204,7 millones de personas, según datos del Instituto Brasileño de Geografía y Estadística (IBGE)¹¹.

Además de las cinco grandes redes privadas hay dos redes más pequeñas, que no son tan conocidas nacionalmente. Una es la Red Central Nacional de Televisión (CNT) localizada en Curitiba, Estado de Paraná, en la región Sul de país. La CNT fue fundada en 1979 y era una de las emisoras afiliadas de la Red Globo de Televisión y, después de la Red Bandeirantes, pasó a la red nacional en 1992 con una programación basada en producciones independientes, programas religiosos y entretenimiento. La CNT tiene emisoras en las ciudades de Rio de Janeiro, Americana y Salvador. La otra es la Red Gazeta, que comenzó a operar en 1976 como emisora afiliada de la Red Globo. Con sede en el Estado de Espírito Santos, es el mayor grupo de comunicación de la región Sudeste con cuatro emisoras de TV abierta. Estas dos redes están localizadas fuera de São Paulo y Rio de Janeiro, ciudades que desde el surgimiento de la televisión en Brasil funcionan como los dos centros de producción de las principales redes de televisión en detrimento de la diversidad cultural presente en las diferentes regiones del país.

Para tener una idea de la presencia de estas redes en la vida de la población brasileña, basta centrarnos en el caso específico de una única red, la Red Globo de televisión, que en 2014 contaba con 122 emisoras, de las cuales 117 eran afiliadas, y abarcaba el 99,60% de los domicilios con aparato de televisión (Mídia Dados, 2014). A continuación señalamos la cobertura geográfica de las principales redes de televisión brasileñas. La siguiente tabla muestra en orden decreciente las emisoras que más presencia tiene en los domicilios brasileños.

Tabla 5: Cobertura Geográfica de la TV Abierta

RED	MUNICIPIOS		DOMICILIOS CON TV	
	NA	%	NA	%
Globo	5.490	98,56	60.737.575	99,60

¹¹ Información obtenida del IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística). Recuperado de: www.ibge.gov.br/apps/populacao/projecao. Acceso el 28 de mayo de 2015.

Sbt	4.763	85,51	57.640.373	94,52
Record	4.417	79,30	56.638.841	92,88
Bandeirantes	3.567	64,04	54.709.401	89,72
RedeTV!	3.157	56,68	48.050.223	78,80
Cnt	271	4,87	22.329.584	36,62
Gazeta	243	4,36	15.212.413	24,95
Total	5.570	100,00	60.979.032	100,00

Fuente: Adaptado de Mídia Dados, 2014, p. 231.

3.3.1 Red Record de Televisión

La Red Record de Televisión se estrenó el 27 de septiembre de 1953, como propiedad del empresario Paulo Machado de Carvalho. La Red Record es la red abierta de televisión más antigua de Brasil en actividad y llegó a ser la emisora líder en la década de los sesenta.

Ilustración 3: Página web de la TV Record



Fuente: <http://rederecord.r7.com/>

La trayectoria de la emisora viene marcada por la celebración de grandes festivales de música en la década de los 60, llamada “Edad de Oro” de la Red Record de Televisión, que les convirtió en líderes de audiencia y lanzó a la fama a grandes

cantantes y compositores brasileños. Después de su fase áurea, la Red Record de Televisión entró en inevitable decadencia tras los incendios ocurridos en 1968 y 1969, que afectaron a la emisora e hicieron que perdiera parte de su acervo y equipamientos (Mattos, 2002, p. 87).

De cualquier forma, es evidente que esta emisora supuso un gran avance en la evolución de la televisión brasileña, particularmente en lo que respecta a la cobertura de los deportes en la década de los 50. La Record fue la única emisora que transmitió la inauguración de Brasilia, ciudad proyectada por el arquitecto Oscar Niemeyer para ser la capital de Brasil.

Ante el declive de la emisora, el empresario Silvio Santos, actual dueño del SBT, entró a formar parte de la sociedad en 1977, haciéndose con el 50% de las acciones de la emisora. En 1988, los herederos del empresario Paulo Machado de Carvalho y Silvio Santos deciden poner la TV Record a la venta. Así, en 1989, el obispo y fundador de la iglesia Universal del Reino de Dios, Edir Macedo Bezerra, y Odenir Laprovita compran la emisora por US\$ 45 millones. En su libro de memorias *Nada a Perder 2*, el obispo Macedo narra cómo compró la Record y cómo obtenía informaciones sobre la situación de la emisora, que recaudaba US\$ 2,5 millones por año y acumulaba US\$ 20 millones en cuentas a pagar (Jardim, 2015).

Con los cambios administrativos, la Record entra en una nueva fase de expansión, con profundas renovaciones en su programación. Hoy es la segunda mayor red brasileña de televisión en audiencia y en ingresos de publicidad. Con sede en la ciudad de São Paulo, la emisora posee un núcleo de drama televisivo en Rio de Janeiro, conocido como RecNov. Según datos divulgados por Castro (2015), la Record recaudó R\$ 2 billones en 2014. En el siguiente cuadro refleja la situación actual del Grupo Record.

Tabla 6: Situación actual del Grupo Record

Ítem	Especificación
TV abierta	105 emisoras (generadoras y retransmisoras)
TV vía satélite	9 canales – Record Internacional y Record Europa
Radio	Emisoras en Madrid y Lisboa Radio Guaíba, Porto Alegre (Rio Grande do Sul, RS) Radio Record, São Paulo (São Paulo, SP) Radio Sociedade, Salvador (Bahía, BA)
Diarios	2 títulos: <i>Correio do Povo</i> / <i>Hoje em Dia</i>
Internet	Portales: Mundo Record Mundo Record News Cpovo.Net R7

Fuente: Elaboración propia.

Datos de un reportaje de Marcelo Marthe (2009) para la *Revista Veja*, ponen de manifiesto que la Iglesia Universal ingresó en tres años casi R\$ 1 billón en la TV Record, destinando R\$ 240 millones en 2006, R\$ 320 millones en 2007 y R\$ 400 millones en 2008, con la compra de horario en las madrugadas por encima del precio de mercado para exhibición de programas religiosos de la Iglesia Universal. Esos horarios se pagaban, de acuerdo con la revista, a R\$ 200.000,00 (doscientos mil reales) la hora, en una franja horaria en la que la audiencia era de 1,4 puntos. Sin embargo, en la Globo se facturaba a R\$ 50.000 (cincuenta mil reales) por hora, con una audiencia que llegaba a 6 puntos, según el mismo reportaje (Marthe, 2009, p. 88).

La Iglesia Universal alcanzó en el año 2005 el puesto del tercer mayor anunciante de todo el país y, como es fácil imaginar, las significativas inversiones se destinaron a la TV Record, según el columnista del periódico *Folha de São Paulo* Daniel Castro (2006).

La Record ha invertido en la producción de telenovelas y programas periodísticos y, además, ha enfatizado la continuidad de su tradición en la transmisión deportiva. En

2007, la Red Record lanzó el canal de noticias 24 horas, el Record News. A través de la Record Internacional, la programación llega a más de 130 países. La emisora tiene oficinas en Lisboa, Londres, Madrid, Luanda y Maputo. La conquista de audiencia también llega a través de programas como el *reality show A Fazenda* y la transmisión de competiciones deportivas como los Juegos Panamericanos de 2015.

La programación de la Red Record sigue el modelo de la líder Red Globo. La competencia entre las dos emisoras es poco amigable. En agosto de 2009, la Globo divulgó en su principal telediario, el *Jornal Nacional*, un reportaje sobre la denuncia del Ministerio Público de São Paulo contra el obispo Edir Macedo y otros miembros de la Iglesia Universal, acusados de desvío de fondos y asociación ilícita. Como respuesta, la Record divulgó otro reportaje en el que acusaba a la Red Globo de una serie de acciones poco éticas y perjudiciales para la imagen de la emisora, como por ejemplo:

1. Haber apoyado la dictadura en Brasil después del golpe militar de 1964 y, sobre todo, haberse beneficiado de la amistad muy próxima con los militares;
2. Haber firmado un acuerdo comercial con la empresa estadounidense *Time Life* sin considerar la prohibición prevista en la Constitución Federal de 1967, Artículo 160;
3. Haber participado activamente en el intento de fraude en las elecciones a gobernador de la provincia de Rio de Janeiro, en 1985, al divulgar resultados desfavorables para el candidato Leonel Brizola que, en realidad, consiguió la mayoría de los votos;
4. Haber omitido en un amplio reportaje sobre la manifestación popular ocurrida en 1984, en São Paulo, que la población estaba en la calle para exigir elecciones directas para presidente en Brasil, afirmando, en ese momento, que se trataba de una conmemoración por el aniversario de la ciudad.

En un artículo publicado en el periódico *Folha de São Paulo*, la periodista Elvira Lobato (2009) afirma que el avance de las iglesias en la radiodifusión brasileña empezó a partir de los años 90. Fue en esa década cuando el obispo Edir Macedo compró la TV Record, lo que provocó la reacción de la Iglesia Católica, que instaló en 1995 la Red Vida, a la que siguieron dos redes más, Canción Nueva y Aparecida. Según esa autora, la compra de emisoras de TV por parte de las iglesias evangélicas empieza durante las licitaciones públicas realizadas en el gobierno del presidente

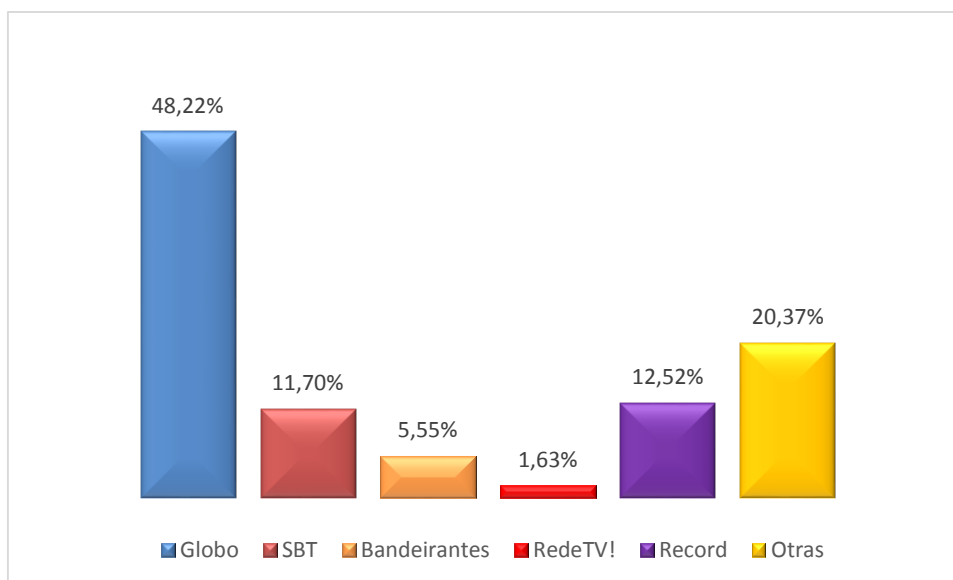
Fernando Henrique Cardoso (FHC). En esa época, iglesias como la Renascer en Cristo y la Pentecostal Deus é Amor adquieren sus primeras emisoras.

La ocupación religiosa en el sector de la radiodifusión se produjo también mediante la compra de empresas de televisión de pago. La legislación brasileña prohíbe a las iglesias ser concesionarias en el campo de la radiodifusión; por esa razón, las emisoras se registran en nombre de cualquier persona física o se amparan en la creación de fundaciones cuando se trata de poner en marcha televisiones educativas (Lobato, 2009).

3.3.2 Red Globo de Televisión

La Red Globo de televisión empezó a funcionar el 26 de abril de 1965 en Rio de Janeiro. En 1957, el empresario Roberto Marinho recibió del Gobierno de Juscelino Kubstchek la concesión para la instalación de una emisora de televisión. En pocos años, principalmente en la década de los ochenta, la Globo alcanza los mayores índices de audiencia entre todas las emisoras de televisión del país. Hasta hoy, es posible identificar la supremacía de la emisora en la audiencia en comparación con las otras redes de televisión, como señala el siguiente gráfico:

Gráfico 2: Audiencia de las Redes – 18 h. a 00 h. (lunes a domingo)



Fuente: Adaptado de Mídia Dados (2014, p. 240).

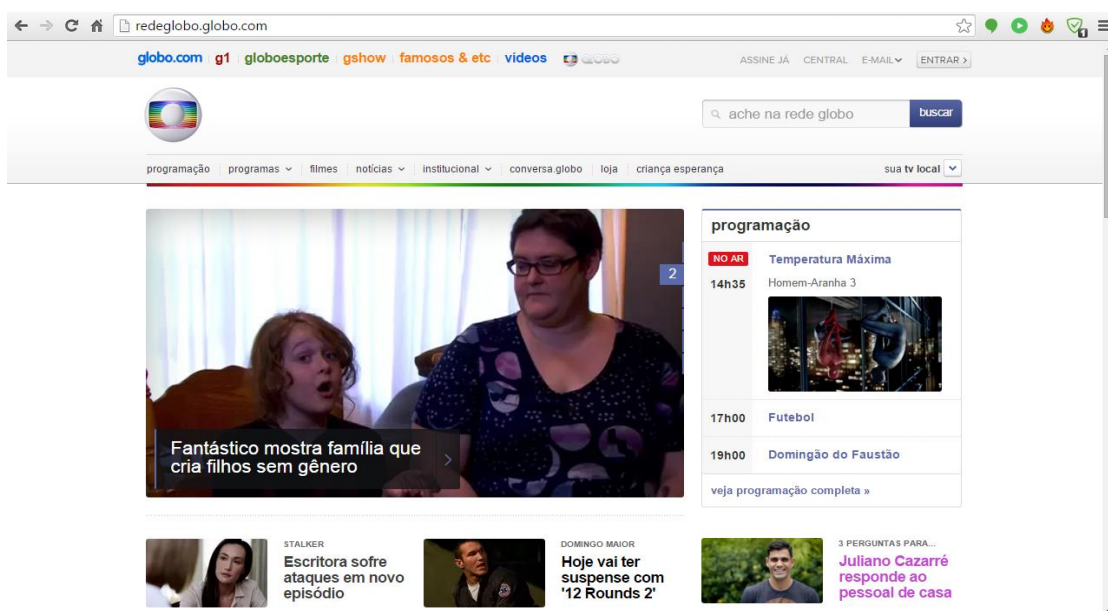
Para Lima (2006), es un hecho indiscutible que la televisión disfruta de enorme poder político en las sociedades contemporáneas. Sobre la Red Globo, emisora que presenta los mayores índices de audiencia en el país, Lima señala que lo que la diferencia de otras redes de televisión privada no es solo su poder en la construcción de las representaciones sociales dominantes, sino el grado de interferencia directa que llegó a ejercer como actor decisivo en varios momentos de la historia política brasileña.

Pese a la pérdida de audiencia en los últimos años, la emisora es la que más inversiones de la publicidad recibe entre todos los medios de comunicación. De acuerdo con Castro (2014), en 2013, “los ingresos líquidos de la TV Globo fueron de R\$ 10,693 billones, un 15,6% más que en 2012. Si consideramos la facturación de las afiliadas, fueron R\$ 11,5 billones, un récord. En otra comparativa, la Red Globo factura cinco veces más que la Red Record”. En 2014, la facturación de la emisora fue de R\$ 12,4 billones. En 2012 la Globo, según Tolipan (2012), fue considerada la segunda mayor emisora de televisión del mundo con base en la renta comercial, solo

por detrás de la emisora americana ABC, propiedad del grupo *Walt Disney Company*. La Globo es también la mayor emisora del mundo en producción de contenido en lengua portuguesa (Tolipan, 2012).

Desde hace décadas, la Globo ha estado recurriendo a diferentes estrategias para asegurar su posición privilegiada y no perder público por los competidores. Esta preocupación se deriva de la aparición de nuevos radiodifusores gracias a la ola neoliberal y la transnacionalización del mercado de las comunicaciones, que facilita la entrada de empresas extranjeras de gran poder en comparación con las organizaciones nacionales. Además, la emisora tiene que enfrentarse ahora no solo a más competidores en lo que respecta al número, sino también en relación a la actuación; sin embargo aún es la mayor red de televisión en Brasil y una de las mayores de América Latina.

Ilustración 4: Página web de la TV Globo



Fuente: redeglobo.globo.com

Para Savazoni y Valente (2005), a semejanza de las ideas que defienden Brittos y Bolaño (2005), que discuten la trayectoria de la Globo en sus 40 años de existencia, no hay nada que conmemorar. Estos autores ven a la emisora, por encima de todo,

como una organización esencialmente política que actúa entre los bastidores de cualquier Gobierno (sea democrático o dictatorial) con vistas a garantizar la ejecución de sus intereses mercantiles.

Con 122 emisoras, entre generadoras y retransmisoras, y cinco emisoras propias en importantes ciudades del país (Rio de Janeiro, São Paulo, Belo Horizonte, Brasilia y Olinda), la Red Globo de Televisión pertenece al Grupo Globo de la familia Marinho, que constituye un auténtico imperio en el área de la comunicación formado por periódicos, televisión abierta, televisión de pago, portales, revistas, radios, grabadoras y productora de cine. A través de la Globo Internacional llega a más de cien países.

Tabla 7: Número de emisoras comerciales por red

Emisoras	Generadoras	Generadoras + Retransmisoras
Red Globo	122	122
Sistema Brasileño de Televisión (SBT)	98	114
Red Record de Televisión	54	108
Red TV!	52	ND
Red Bandeirantes de Televisión	43	101
TV Cultura	28	60
Red TV Educativa (ABEPEC)	24	--
Central Nacional de Televisión (CNT)	8	72
Red Record News	8	107
TV Gazeta São Paulo	1	48
TOTAL	414	732

Fuente: (Mídia Dados, 2014: 230)

Pero en el caso específico de la Red Globo y de su crecimiento en el mercado brasileño de televisión es imposible olvidar el acuerdo comercial entre la emisora y

el grupo estadounidense *Time Life*, firmado el 24 de julio de 1962 en la ciudad de Nueva York. El grupo estadounidense invirtió en la Globo US\$ 6 millones. Dos meses después de inaugurada, la empresa fue denunciada por Carlos Lacerda, gobernador de la provincia de Guanabara, actual provincia de Rio de Janeiro. El negocio entre la Globo y el Grupo *Time Life* estaba en contra del artículo 160 de la Constitución Federal de 1946, vigente en la época, que prohibía la participación del capital extranjero en las empresas de comunicación:

Está prohibida la propiedad de empresas periodísticas, sean políticas o simplemente noticiosas, así como la de radiodifusión, a las sociedades anónimas por acciones al portador a extranjeros. Ni esos, ni personas jurídicas, exceptuados los partidos políticos nacionales, podrán ser accionistas de sociedades anónimas propietarias de esas empresas. Solo a brasileños (Artículo 129, n° I y II) les corresponde, exclusivamente, la responsabilidad principal de ellas y su orientación intelectual y administrativa. (Brasil, 1946, artículo 160)

El siguiente cuadro recoge las empresas que forman parte del Grupo Globo.

Tabla 8: Situación actual del Grupo Globo

Ítem	Especificación
TV abierta	Red Globo (122 filiales y 5 emisoras propias) y Canal Futura (canal educativo: TV Globo en asociación con la Fundación Roberto Marinho y otras empresas. Programado por Globosat, su señal es abierta y distribuida a través de antenas parabólicas).
Satélite y TV por cable	Net, Sky, NET Brasil
Contenido para TV por cable y satélite	TV Globo Internacional, Globosat HD, Globo News, Viva, SpotTV, SpoTV 2, Multishow, GNT, Gloob
Radio	10 emisoras y webradios
Diarios	5 cabeceras: <i>O Globo</i> , <i>Infoglobo</i> , <i>Extra</i> , <i>Expresso</i> , <i>Valor Econômico</i>
Revistas	Globo edita 16 revistas, además de libros
Grabadoras	Som Livre y RGE
Cine	Globo Filmes
Internet	Portal Globo.com

Fuente: <http://www.grupoglobo.globo.com/>

La asociación entre Globo y *Time Life* logró otro importante adversario: João Calmon, diputado federal y presidente del sindicato de los propietarios de las empresas de radiodifusión de la provincia de Guanabara. Calmon, que también era uno de los principales directivos de los Diarios y Emisoras Asociadas a principios de los años 60, en aquella época el mayor grupo de comunicación del país, llegó a publicar que, debido a ese contrato millonario, los propietarios de la Globo, la familia Marinho, se había convertido en una familia millonaria, como de hecho lo es en la actualidad. La TV Globo se transformó en la emisora brasileña más poderosa (Mattos, 2002).

“El grupo *Time Life* daría a Globo apoyo técnico, implantación de una administración moderna, nuevos métodos y habilidades en programación, nuevos programas, actividades de interés público, control financiero, presupuestario y contabilidad, desarrollo y especificaciones de equipajes, ingeniería, entrenamiento y dimensionamiento de equipo, organización comercial, técnica y administrativa y el funcionamiento de una estación de TV”. (Jambeiro, 2002, p. 95)

Debido a la repercusión, el Congreso Nacional estableció una Comisión Parlamentaria de Investigación (CPI) para analizar el acuerdo comercial entre las dos emisoras. En septiembre de 1966, la Comisión concluyó que la negociación entre las dos empresas era inconstitucional. Sin embargo, en octubre de 1967, el Consultor General de la República, Adroaldo Mesquita da Costa, dictó sentencia a favor de la Globo, considerando que la modalidad jurídica del negocio entre las dos empresas no permitía al Grupo *Time* interferir en la gestión de la Red Globo de Televisión. Capparelli y Santos (2002) creen que el presidente, el mariscal Artur da Costa e Silva (1967-1969) decidió contemporizar y, en vez de anular la licencia de la emisora, le concedió un plazo de 90 días para que regularizase su situación.

Ni la Comisión Parlamentaria de Investigación instaurada en el Congreso Nacional, ni las presiones de Assis Chateaubriand fueron suficientes para impedir que la Dictadura Militar instalada el 31 de marzo de 1964 archivase el fraude evidente consumado por la Globo. Del acuerdo *Time Life* quedaron, después del fraude, si no el dinero del socio extranjero, al menos toda una tecnología y toda una forma de hacer televisión, llevada a término por consultores hechos empleados, como el ingeniero Joe Wallach y el científico social Homero Sanches, este último gran responsable en los años siguientes de las técnicas de medición de audiencia y de los ajustes de las programaciones a los gustos populares científicamente medidos. (Ramos, 2005, p. 67)

La denuncia fue archivada, pero ante la repercusión que tuvo el caso Globo y *Time Life*, el gobierno dictó el ya aludido Decreto-Ley nº 236, de 28 de febrero de 1967, que prohibió a las empresas de radiodifusión contratar servicios de asistencia técnica de empresas extranjeras en conformidad con el contenido expresado en la Constitución brasileña. Según el artículo 7º, del referido Decreto-Ley:

Está vedado a las empresas de radiodifusión mantener contratos de asistencia técnica con empresas u organizaciones extranjeras, ya sea respecto de administración o de orientación, estando rigurosamente prohibido que estas, por cualquier forma o modalidad, pretexto expediente mantengan o designen servidores o técnicos que, de forma directa o indirecta, tengan intervención o conocimiento de la vida administrativa o de la orientación de la empresa de radiodifusión.

Y en el artículo 8º, párrafo único:

Están también prohibidas cualesquiera modalidades contractuales que, de manera directa o indirecta, aseguren a la empresa u organización extranjera participación en los lucros brutos o líquidos de las empresas de radiodifusión.

Capparelli y Lima (2004) señalan que en la década de los 50, grupos extranjeros ya habían intentado participar como socios en los medios de comunicación en América Latina, tendencia que según los autores se intensifica a partir de los años 60. Según estos autores, en 1964, el “representante del grupo americano *Time Life*, Weston Jr., discutía en la Conferencia sobre el Desarrollo Latino-Americano, el tema “Expansión de Programas de Televisión en la América Latina y los obstáculos legales a la penetración de la cultura en la región”. (Capparelli y Lima, 2004, p. 71)

El Gobierno Militar encontró en la televisión, y más específicamente en la Red Globo y en su principal telediario, *Jornal Nacional*, la manera ideal para hacer llegar su mensaje a la población brasileña. En un país de dimensiones continentales, la televisión se imponía como el medio más favorable para difundir los hechos del desarrollo político y económico idealizado por la dictadura militar. No se mencionaba la tortura, los asesinatos y desapariciones, ni tampoco se hacía referencia a aquellos ciudadanos cuyos derechos habían sido vulnerados por el Gobierno de los generales. Sin embargo, para Mattos (2002), no sólo la TV Globo estuvo al servicio

de la dictadura cada vez que esta necesitaba respaldo popular; hubo otras emisoras que también sirvieron tanto al régimen militar como a la nueva república en el país a partir de 1985. Para Bolaño (2005, p. 23), “la red Globo tuvo la felicidad histórica de capitanear la industria en su época dorada, con todo el apoyo que el estado brasileño pudo ofrecer”.

Los medios de comunicación de masas se transformaron en el medio a través del cual el Régimen [Militar] podría persuadir, imponer y difundir sus posicionamientos, además de ser la forma de mantener el *statu quo* después del Golpe. La televisión, por su potencial de movilización, fue más utilizada por el Régimen, habiéndose beneficiado también a las emisoras de toda la infraestructura creada para las telecomunicaciones. (Mattos, 2002, p. 35)

A partir de la infraestructura desarrollada durante el Régimen Militar para las telecomunicaciones en el país, la Red Globo constituyó su propia red a través de emisoras afiliadas diseminadas por todo el territorio nacional. El principal telediario de la Globo, el *Jornal Nacional*, tuvo su primera edición en septiembre de 1969. Era el primer programa transmitido para todo el país a través de las emisoras afiliadas. Lima (2005) llama la atención sobre el hecho de que el *Jornal Nacional*, en 1980, era visto diariamente por una media aproximada de 60 millones de telespectadores, o sea, un número que según él, casi triplicaba al de telespectadores japoneses que veían un programa similar y cuatro veces más alto que el número de televidentes del telediario nocturno de la BBC de Londres.

El *Jornal Nacional* ha perdido audiencia; sin embargo, hasta hoy sigue siendo líder entre los programas similares de otras emisoras. El prestigio de este informativo fue tanto que, normalmente, la primera entrevista que concedían los candidatos recién elegidos como presidentes de la República desde el fin del régimen militar era para este canal. Solo hubo una excepción, en el año 2010, cuando Dilma Rousseff resultó elegida por la primera vez como presidenta y concedió la primera entrevista a la Red Record de televisión.

Miguel (2002), recuerda que la Globo actuó como importante instrumento al servicio del Gobierno Militar; sin embargo, la emisora fue mucho más que un mero

instrumento para los militares, ya que poseía, según el autor, su propia estrategia de poder y aprovechó todas las oportunidades que le ofrecía la dictadura en su propio beneficio. Como parte integrante de las poderosas Organizaciones Globo y consciente del potencial que ostentaba en ese conglomerado de medios, la TV Globo, al tomar partido por el régimen militar, tenía muy en cuenta lo que eso podía aportar a sus propios intereses mercantiles.

Para Mattos (2002), desde los años 60 y hasta 1973, la Red Globo tenía ya una significativa audiencia que se había ganado al desarrollar una programación dirigida mayoritariamente a la clase popular. Además, en la década de los 70, la emisora inició la apuesta por la excelencia técnica adoptando el llamado “padrón Globo de calidad” en sus productos, estimulada, quizás, por el apoyo ilimitado de los militares y, sin duda, por la ayuda proveniente del acuerdo con *Time Life*.

En 1971, la Red Globo dió otro paso pionero y decisivo para el éxito, creando un departamento de investigación y análisis, a través del cual planeó la publicidad y adaptó programas para diferentes gustos, adecuando cada uno de ellos a los resultados de las investigaciones socioculturales. En 1972, con el establecimiento de la televisión en color en el país, la Globo consolidó decisivamente su liderazgo en el mercado. (Ramos, 2002, p. 96)

Según Lima, tan segura estaba de su poder y de su liderazgo en el mercado televisivo brasileño que la Globo llegó a publicar un anuncio, en 1983, con el siguiente título: “¿Cómo es posible movilizar el Brasil entero en un solo día (o en treinta segundos)? Y el texto concluye: Es preciso ser Red Globo” (Lima, 2005, p. 119).

Autores como Brittos y Bolaño (2005), Lima (2005), Miguel (2001) y Hertz (1991) destacan varios acontecimientos en los que se percibe una clara interferencia de la Red Globo en la vida política del país. Entre ellos, la tentativa de manipulación en la divulgación de los resultados de las elecciones en 1982, cuando Leonel Brizola, político que no mantenía buenas relaciones con los directivos de la emisora, fue candidato a gobernador del Rio de Janeiro; la omisión en la divulgación de las grandes manifestaciones públicas de 1984, en que la población reclamaba elecciones directas para la Presidencia de la República después de 20 años de dictadura militar y

la edición del debate entre los candidatos a la presidencia del país, Luiz Inácio Lula da Silva y Fernando Collor de Mello, en 1989, en que este último apareció como el gran vencedor y que es señalada por varios autores como una edición manipulada y diferente de la versión presentada en otro programa periodístico, el *Jornal Hoje*, en el turno de la tarde, que presentaba un equilibrio entre los dos candidatos.

En su página de internet, la Red Globo da su versión de todos los casos polémicos que implican a la emisora y que fueron hechos públicos por varios investigadores de la comunicación. Leal Filho (2003) recuerda que Roberto Marinho no repitió los errores administrativos de Chateaubriand y supo mantener buenas relaciones con el poder, siendo un interlocutor privilegiado de todos los gobiernos. La historia de la mayor red de televisión del país demuestra el poder político y económico que adquirió a lo largo de los años.

Sobre el poder ejercido por la mayor red de televisión en Brasil, Ramos señala que:

(...) el poder ejercido por la Globo sobre la política y los políticos, se produjo por la falta de un ambiente normativo claro y específico, más que por las acciones de un empresario en particular. Y esta fue, desde la concepción de ese ambiente, en 1962, la excepcional clarividencia del empresariado de medios en Brasil, antes incluso que la Globo existiese: la ley no los podría alcanzar jamás en sus intereses estratégicos. (Ramos, 2005, p. 66)

Contrariamente a lo que opinan los autores antes mencionados, Stam (2005) es un poco más pesimista. Según él, ya en la década de los 80, la Globo empieza a perder parte de su audiencia y a cometer algunos errores. Por ejemplo, en el intento de expandir el negocio de televisión hace una incursión en el mercado externo con la compra de Tele Montecarlo, en 1985. Para Brittos (2001), el que podría haber sido un proyecto de éxito debido a la gran experiencia del grupo de comunicación, en Brasil terminó en fracaso y provocó al grupo pérdidas de más de 50 millones de dólares. La Tele Montecarlo fue vendida en 1994 al grupo italiano Ferruzzi. Al parecer, el resbalón en el caso de la Tele Montecarlo fue intentar hacer en Europa una televisión igual a la que hacía en Brasil, sin tener en cuenta las grandes diferencias culturales de los dos mercados. Así mismo, Brittos (2001) y Capparelli y

Lima (2004) apuntan que la Globo tuvo que enfrentarse también a la competencia del grupo del magnate de la comunicación italiano, Silvio Berlusconi. De hecho, el grupo ya tenía otra experiencia en el mercado internacional:

La exportación de programas de Globo fue la segunda experiencia, que comenzó antes, en 1975, y que demostró ser duradera. Exportaba parte de sus actuales 4.420 horas anuales de programación propia (2001) a 130 países, con un promedio anual de 60 de ellos [...]. Procuró entrar en primer lugar en países de lengua portuguesa, para después interesarse por los restantes países europeos. (Capparelli y Santos, 2002, p. 96)

La Globo llegó a los años 90 con índices de audiencia en torno al 30%, corroborando lo que dicen Borelli y Priolli (2000), para quienes tenemos hoy una líder que se parece a un dios herido. Por el contrario, para Brittos y Bolaño (2005) en los años 90, las organizaciones Globo, en su identidad de conglomerado del área de comunicaciones, siguen un proceso de expansión rumbo al mercado internacional. La transnacionalización coincidió con el ingreso de grupos globales en Brasil, especialmente en el campo de la televisión de pago, revelándose una salida mercantil y componiendo con otros negocios una alternativa para enfrentar la relativa pérdida de espacio en su principal sector de actuación, la TV abierta nacional; sin embargo, hasta hoy es la líder en audiencia. Con la Globo Internacional transmitiendo vía satélite y por cable a través de la señal generada por la Globo Rio de Janeiro, la emisora llega a 115 países en los cinco continentes y a más de 540.000 domicilios, transmitiendo en lengua portuguesa.

A pesar de no tener la audiencia de los años 80, la Globo es aún la emisora de televisión brasileña con los mayores índices de audiencia en la suma general de sus programas. Este es un factor importante en vista del tipo de negocio adoptado por las emisoras privadas, en el que la financiación viene de la venta de los espacios publicitarios. Dicho de otro modo, el estatus de la emisora prosigue. Históricamente, la Globo ostentó y sigue ostentando una gran concentración de poder y, por lo tanto, recibe la mayoría de las inversiones en publicidad del país, cuenta con la mayor red de distribución de las señales y es, de lejos, la mayor productora brasileña de contenidos audiovisuales (Simões y Mattos, 2005). Para Herz (1991),

No se puede abordar el desarrollo de los medios de comunicación en Brasil desde los años 60 sin hacer referencia a la Red Globo. Esta red, a partir de los años 70, pasó a absorber más del 40% de la totalidad del dinero para la publicidad disponible en el país y, por lo tanto, condicionando todo el desarrollo de los medios de comunicación de masas. (Herz, 1991, p. 17)

La Globo produce y exhibe prácticamente todos los productos de su parrilla de programación. Sus telenovelas, uno de los dos principales productos de entretenimiento, son exportadas a más de 80 países. Es necesario destacar, como dice Borelli (2005), que las telenovelas de la Globo alcanzaron un reconocido patrón de competencia tecnológica. Esto les permite acumular, a lo largo de su historia, un patrón de calidad aceptado no solamente en territorio nacional, sino también en otros países desde que empezó a exportar en la década de 70 sus primeras telenovelas.

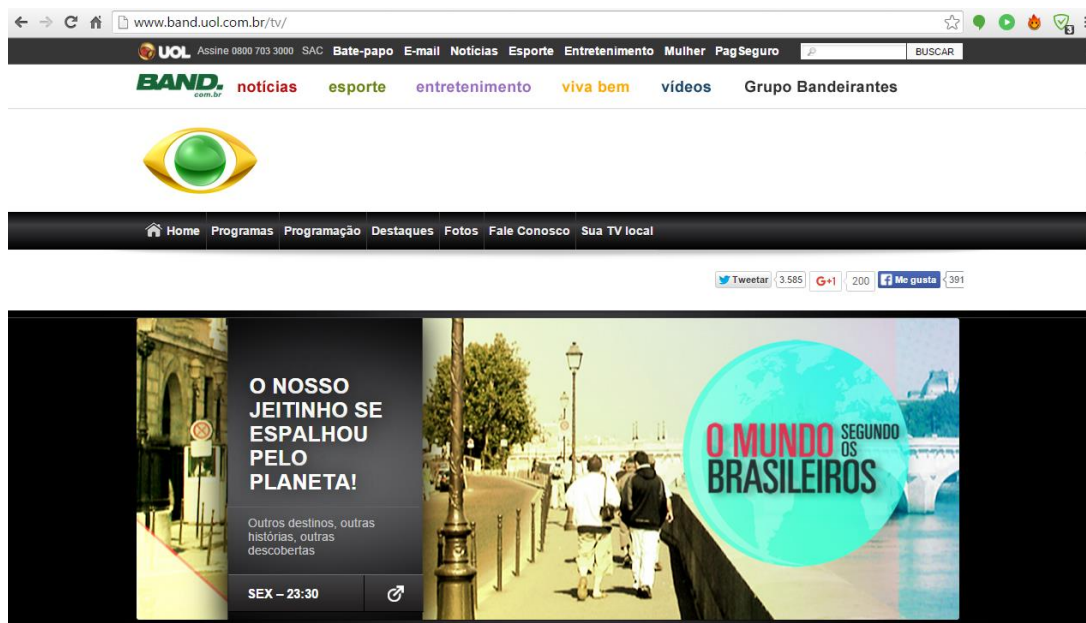
Además de esto, la relevancia de la Red Globo en el escenario nacional puede ser entendida como un fuerte indicio del papel que la televisión abierta ejerce en relación al resto de medios de comunicación. Para Capparelli y Santos (2002):

Tanto el rescate del cine, en los últimos años, como la publicidad, y también la producción televisiva como un todo –abierta o no– se mostraron estrictamente condicionados a la identidad de una única empresa. Esa combinación empezó a ser formada en los Gobiernos Militares, pero ha llegado a su madurez en los últimos años. (Capparelli y Santos, 2002, p. 87)

3.3.3 Red Bandeirantes

Otra emisora con fuerte presencia en el mercado brasileño de televisión es la Red Bandeirantes de Televisión, o simplemente Band, que empezó a funcionar en 1967. La licencia se había otorgado al empresario João Jorge Saad, propietario de la Radio Bandeirantes, durante el Gobierno Militar del presidente Artur da Costa e Silva (1967-1969).

Ilustración 5: Página web de la TV Bandeirantes



Fuente: <http://www.band.uol.com.br/tv/>

La TV Bandeirantes forma parte del Grupo Bandeirantes de Comunicación, que tiene ramificaciones en los diferentes segmentos de la comunicación. Fue creado en 1937, teniendo como primer medio de comunicación la Radio Bandeirantes. El grupo incluye periódicos, emisoras de televisión, de radio, portales y sitios en internet que se extienden por los Estados del país.

La Red Bandeirantes de Televisión tiene 101 emisoras entre generadoras y retransmisoras. En la actualidad, ocupa la cuarta posición en audiencia. Preocupada por la pérdida de espectadores, ya que antes había alcanzado el tercer puesto (Brittos y Bolaño, 2005), la emisora decidió invertir en la programación variada destinada al público joven y en programación deportiva.

Tabla 9: Situación actual del Grupo Bandeirantes de Comunicación

Ítem	Especificación
TV abierta	Red Bandeirantes de Televisão Red 21
Televisión de pago	BandNews BandSports Terra Viva Band Internacional
Radio	Rede Bandeirantes de Radio Band FM BandNews FM Nativa FM
Diarios	2 cabeceras: <i>Jornal Metro / Jornal Primeira Mão</i>
Grabadora	Band Música
Internet	BandNews.com Portal eBand Sitio Primeira Mão
Otros medios	Rede Cidade Band Imagem Band Outernet, la mayor empresa de medios <i>out of home</i> de América Latina

Fuente: elaboración propia.

3.4.4 Sistema Brasileño de Televisión-SBT

El Sistema Brasileño de Televisión (SBT) es propiedad del empresario y presentador Sílvio Santos, un exvendedor que, gracias a su inestimable carisma como comunicador en las calles de las grandes ciudades, más tarde en el mundo empresarial y después como presentador de programas de televisión, se impuso como un ganador y un ejemplo de ciudadano de éxito al mando de varias empresas, entre ellas el SBT, que figura como la tercera mayor red de televisión brasileña.

Ilustración 6: Página web del SBT



Fuente: www.sbt.com.br/home

Propietario del canal 11, Rio de Janeiro, cuya concesión data del año 1975, Silvio Santos inauguró el SBT el 27 de agosto de 1981, con la transmisión en directo desde Brasilia de la solemne firma de la concesión de los antiguos canales de la TV Manchete.

En sus primeros años, el SBT hizo inversiones en programas populares para atender a las clases sociales clasificadas por el IBGE como C, D y E, que en aquellos años representaban el 61% de la población brasileña. En pocos años, la emisora pasó a ocupar el segundo puesto en audiencia. Pero, en la misma lógica mercantil y de lucha de mercado que vimos durante la discusión de la trayectoria de las otras redes, la emisora de Silvio Santos oscila en la conquista de audiencia. En 1983, el SBT agregó 21 emisoras más a su red. En 1996, construyó un moderno centro de televisión con ocho estudios de grabación en un área de 231.000 m² en la ciudad de Osasco, São Paulo, con un coste aproximado de R\$ 120 millones, lo que permitió a la emisora invertir en grandes producciones.

En 2014, según Feltrin (2015), el SBT tuvo la mayor facturación de su historia, cerca de R\$ 1,15 billones. El lucro de la emisora fue de entre R\$ 60 millones y R\$ 80 millones. En 2013, el lucro fue de R\$ 52 millones. “[...] el SBT se convierte en la tercera estación billonaria en el país, detrás de Globo y Record, respectivamente. Pero el segundo y tercer clasificados todavía están muy por detrás de la líder”, la Red Globo.

A principios de los años 80, el SBT decidió hacer una gran inversión en la compra de producciones mexicanas; eran tramas suaves pero con un fuerte atractivo emocional. Esas producciones se reponen en la actualidad. Según Feltrin: “[...] La parrilla vespertina, por ejemplo, es tomada de reposiciones de novelas latinoamericanas ya exhibidas en la emisora. No atraen un mar de publicidad, pero el coste es muy bajo”. Otra medida adoptada por el SBT en la búsqueda de lucro, según Feltrin, fue que obligatoriamente, cada programa presente los gastos y cuánto obtiene de inversión publicitaria mensualmente. El programa que no genera ganancias es retirado de la parrilla de programación.

3.3.5 Red TV!

Con 40 emisoras, la Red TV! inauguró en noviembre de 2009, con motivo de sus 10 años de actividad, su nuevo Centro de Televisión Digital, en la ciudad de Osasco, provincia de São Paulo. Este complejo cuenta con ocho estudios instalados en un área de 50 mil metros cuadrados. Con emisoras propias en Rio de Janeiro, São Paulo, Recife, Fortaleza, Belo Horizonte y Brasilia y una red de formada por otras emisoras filiales, Rede TV! fue la primera emisora en Brasil en transmitir toda su programación en alta definición y la primera emisora del mundo en transmitir en HD en TV abierta.

Ilustración 7: Página web de la Red TV



Fuente: www.redetv.uol.com.br

En un documento en la página web de la emisora (www.redetv.com.br), el presidente de la Red TV, Amilcare Dallevo, señala que en 2007, cuando se implantó la televisión digital en Brasil, “la emisora de la antena para dentro ya era totalmente digital”, proceso que había iniciado en 2004 con la digitalización de todo su archivo.

Cruz (2008) explica que la emisora invirtió alrededor de 2,5 millones de dólares en la digitalización de su producción a lo largo de los años. Las cintas del archivo fueron sustituidas por modernos *Digital Video Disc* (DVD) de datos. Las cámaras llevan un portátil cuando van a rodar escenas externas, lo cual permite hacer la pre-edición con bastante rapidez.

La televisión abierta en Brasil está formada por un número reducido de grandes redes de emisoras comerciales, que poseen los mayores índices de audiencia en el país y tiene en la publicidad su principal fuente de financiación. Para Capparelli y Lima (2004, p. 60), “la televisión de hoy en Brasil es también una trayectoria de decisiones, adaptaciones y reorganizaciones, resultantes de decisiones tomadas en el pasado”.

Es decir, como ya hemos mencionado, los medios de comunicación en Brasil poseen una fuerza incuestionable, especialmente la televisión y en particular las cadenas privadas, motivo que justifica una mayor atención a la implantación de la TV Brasil como cadena pública y a la formación de una red nacional de televisión pública cuya propuesta es ser más educativa, cultural y volcada a la ciudadanía.

En el siguiente capítulo se realiza una revisión histórica de la legislación de la radiodifusión. Al inclinarnos hacia la reglamentación de la radiodifusión lo hacemos con una mirada sobre las relaciones establecidas, históricamente, entre los medios de comunicación y el poder político. Estas relaciones ayudan a construir un escenario donde los medios actúan en la vida social y política del país con lo que dicen y con lo que silencian.

4. El marco regulatorio de la radiodifusión en Brasil

El servicio de radiodifusión en Brasil se considera como un servicio público destinado, según el Código Brasileño de Telecomunicaciones (CBT), Ley 4.117, de 1962, artículo 6º, d), “a ser recibido directa y libremente por el público en general, comprendiendo la radiodifusión sonora y televisión”.

El Ministerio de las Comunicaciones¹², clasifica los servicios de radiodifusión en Brasil en comerciales, educativos, comunitarios e institucionales. No existe, sin embargo, referencia a la radiodifusión pública. Con la publicación de la Ley 11.652 de 2008, que “Instituye los principios y objetivos de los servicios de radiodifusión pública explorados por el Poder Ejecutivo u otorgados a las entidades de su administración indirecta; autoriza el Poder Ejecutivo a constituir la Empresa Brasil de Comunicación (EBC)”, tendremos la primera legislación de la radiodifusión pública en el país, “pero apenas como aquella prestada por el Poder Ejecutivo en el ámbito federal, incluyendo las entidades de su administración indirecta”, según Valente (2009, p. 44).

Para Nazareno:

El servicio de televisión en Brasil puede ser realizado por emisoras comerciales, educativas y directamente por la Unión, o mediante autorización para los estados o municipios. Las emisoras comerciales y las educativas exploran el servicio mediante una licencia (concesión, autorización o permiso), y la Unión mediante acto de consignación del canal. (Nazareno, 2007, p. 4)

Sobre las licencias en la radiodifusión, el Decreto 52.795, de 31 de octubre de 1963, artículo 5º, que aprueba las regulaciones de los servicios de radiodifusión, define:

¹² Información obtenida de: www.mc.gov.br/perguntas-frequentes-radiodifusao Acceso el 28 de julio de 2015.

Autorización: Acto por el cual el Poder Público competente concede o permite a personas físicas o jurídicas, de derecho público o privado, la facultad de ejecutar y explorar, en su nombre o por cuenta propia, servicios de telecomunicaciones en un plazo determinado.

Concesión: Es la autorización por el poder competente a entidades ejecutoras de servicios de radiodifusión sonora de carácter nacional o regional y de televisión.

Permiso: Es la autorización otorgada por el poder competente a entidades para la ejecución de servicio de carácter local.

La legislación de la radiodifusión brasileña es considerada por muchos autores como una maraña de leyes caducas y fragmentadas, regidas por varios decretos y leyes. La principal ley que rige la radiodifusión brasileña es la Ley 4.117, que instituyó el Código Brasileño de Telecomunicaciones, promulgada el 27 de agosto de 1962; sin embargo, sigue siendo la ley que rige el sector de la radiodifusión, aunque a lo largo de los años haya sido modificada, especialmente por el Decreto-ley 236 de 27 de febrero de 1967. El modelo regulatorio actual es incompatible con el desarrollo tecnológico de los medios de comunicación, además de no hacer frente a cuestiones históricas como la concentración y el acceso democrático a los medios de comunicación.

Muchos fueron los decretos y leyes publicadas; sin embargo, nada impidió el crecimiento de la televisión privada y el papel secundario de las emisoras del ámbito público de la comunicación y la ausencia de una red de comunicación pública en señal abierta que llegara a todos los brasileños. Las emisoras educativas y culturales intentaron en diversos momentos (e incluso llegaron a conseguirlo), formar una red. Sin embargo, los primeros cambios en esa dirección en la radiodifusión pública y con una legislación específica surgirán con la creación de la EBC y la TV Brasil, empezando el proceso con la promulgación de la Medida Provisoria 386, en 2007, transformada en la Ley 11.652 de 2008, que creó EBC y dio a la empresa pública la responsabilidad de establecer cooperación con entidades públicas y privadas con el objetivo de formar la Red Nacional de Comunicación Pública.

La televisión abierta en Brasil acompañó el desarrollo del país, en su “contexto socio-económico-político y cultural,” como señala Mattos (2002). El autor clasifica seis fases de la televisión en Brasil:

La fase elitista (1950-1964), cuando el aparato era considerado un lujo al cual apenas la élite económica tenía acceso;

La fase populista (1964-1975), cuando la televisión era considerada un ejemplo de modernidad y programas de auditorio y de bajo nivel conformaban gran parte de la programación;

La fase del desarrollo tecnológico (1975-1985), cuando las redes de TV se perfeccionaron y empezaron a producir, con mayor intensidad y profesionalidad, sus propios programas con estímulos de órganos oficiales, apuntando, incluso, a la exportación;

La fase de transición y de expansión internacional (1985-1990), durante la Nueva República, cuando se intensifican las exportaciones de programas;

La fase de globalización y de la TV de pago (1990-2000), cuando el país busca la modernidad a cualquier precio y la televisión se adapta a los nuevos rumbos de la redemocratización; y

La fase de convergencia y de la calidad digital, que empieza en los años 2000, con la tecnología apuntando a una interactividad cada vez mayor de los medios de comunicación, principalmente la televisión, con internet y otras tecnologías de la información (Mattos, 2002, pp. 78-79).

Sin embargo, con todas esas fases de desarrollo de la televisión brasileña nombradas por Mattos (2002), el país sigue sin crear nuevas reglamentaciones que respondan a las demandas socioculturales impulsadas por los cambios tecnológicos, como la convergencia, por ejemplo. Un cambio significativo en la legislación de la radiodifusión tuvo lugar en 1997, con la Ley General de las Telecomunicaciones (LGT), Ley 9.472, que separó jurídicamente la radiodifusión de las telecomunicaciones, que hasta entonces eran reguladas de forma conjunta a través del Código Brasileño de Telecomunicaciones. Sin embargo, en la actualidad, la radiodifusión abierta se mantiene subordinada a la Ley del inicio de las transmisiones, de los años 60.

La Constitución en vigor, promulgada en 1988, fue la primera en tener un capítulo, el V, dedicado a la comunicación. En sus cinco artículos (220 a 224) estableció nuevas reglas para la concesión y anulación de licencias para la radiodifusión. En el artículo 223 se instituyó el principio de la complementariedad entre los sistemas de televisión privado, público y estatal; sin embargo, casi todos los capítulos dedicados a la comunicación siguen sin reglamentación, con excepción de los artículos 222, que

reglamenta la participación del capital extranjero en las empresas de radiodifusión, y el 224, que instituye el Consejo de Comunicación Social.

De modo general, como medio de comunicación de mayor audiencia entre la población, la televisión se ha desarrollado sin una reglamentación que contemple la pluralidad de voces y el fortalecimiento de las emisoras del campo público, como podemos observar abajo, en el breve análisis histórico que hacemos de la legislación de ese medio de comunicación.

En 1923, el educador y antropólogo Edgard Roquette-Pinto (1884-1954) y el científico Henry Charles Morize (1860-1930), pioneros de la radiodifusión en el país, inauguraron la Radio Sociedad del Rio de Janeiro, primera emisora de radio de Brasil, sin finalidad comercial y mantenida con donación de un grupo de asociados. Ocho años después de la inauguración de esta radio, el 27 de mayo de 1931, el presidente del gobierno provisional, Getúlio Vargas (1930-1934), publica el Decreto Ley nº 20.047/31, que establece las primeras normas sobre los servicios de radiocomunicación en Brasil.

Getúlio Vargas asumió el gobierno en 1930, después de liderar un movimiento civil armado conocido como “Revolución de 30”. Candidato a la Presidencia de la República en 1928, perdería las elecciones por una pequeña diferencia de votos. No conforme con el resultado, Vargas lanzó un manifiesto en el que denunciaba fraudes en las elecciones y organizó desde su estado, el Rio Grande do Sul, con apoyo de grupos políticos de los estados de Minas Gerais y Paraíba, un movimiento rebelde para tomar el poder y evitar la investidura de su opositor.

Según Miguel (2001), el dueño de los Diarios Asociados, Assis Chateaubriand tuvo un papel destacado en el estallido de la revolución, principalmente tras el asesinato del candidato a vicepresidente João Pessoa. El dueño de los Diarios Asociados, a través de sus medios de comunicación otorgó al delito “una connotación política y

movilizó la revuelta popular, en la que fue una de las primeras grandes manifestaciones del poder de la prensa en la política brasileña” (Miguel, 2001, p. 46).

Con la publicación del primer decreto, la concesión y renovación de las concesiones de licencia para la radiodifusión pasan a ser prerrogativa del poder ejecutivo. En palabras de Santos (2004, p. 77), “la centralización del poder sobre las licencias de radiodifusión en la figura del Jefe de Estado configura una especie de marco fundador de las comunicaciones” en Brasil. Con este Decreto queda también establecido que “el servicio de radiodifusión es considerado de interés nacional y de finalidad educacional”, y se complementa en su § 1º, que “el Gobierno de la Unión promoverá la unificación de los servicios de radiodifusión, en el sentido de constituir una red nacional que atienda a los objetivos de tales servicios” (Brasil, Decreto 20.047 de 1931).

Sobre la legislación de radiodifusión en Brasil, Pieranti señala que:

La legislación relativa a las comunicaciones se caracteriza por la lentitud y por la desatención del poder público. Tradicionalmente la promulgación de un título legal en este campo se daba como respuesta a una situación ya preestablecida, lo que lleva a la necesidad de reconocimiento de derechos previamente adquiridos. Así, por ejemplo, cuando fue promulgado, en 1931, el Decreto nº 20.047 para regular la radiodifusión, el Estado estaba lidiando tardíamente con 29 emisoras de radio ya establecidas y en funcionamiento, en algunos de los casos, hacía casi una década. (Pieranti, 2007, p. 48)

Con la promulgación de la legislación empieza a delinarse la característica principal de los medios de comunicación en Brasil: la hegemonía de la iniciativa privada, la financiación de los medios de comunicación por la publicidad y la posterior formación de las oligarquías mediática. Para Arroyo *et al.* (2012):

Otra característica fundamental de los medios latinoamericanos, desde su aparición y hasta los años ochenta, es que su propiedad y gestión estaba en manos de grupos empresariales de carácter familiar que poco a poco fueron expandiéndose y dieron lugar a los gigantes conglomerados que controlan y concentran la propiedad de dichos medios en la región, también en nuestros días, aunque ya en la dinámica marcada por la globalización y las alianzas empresariales internacionales. Estas

potentes empresas familiares crecieron a la sombra del poder político, en una relación de la que ambas partes se beneficiaban. (Arroyo *et al.*, 2012, p. 36)

Otro importante Decreto, el 21.111, fue publicado en 1932, aún en el gobierno de Getúlio Vargas. Con 109 artículos, el nuevo decreto desarrolló el Decreto 20.047 y fue considerado más importante que el anterior por varios autores, entre ellos Rebouças y Martins (2007), Sardinha (2004), Santos (2004) y Jambero (2002). Los autores justifican la importancia del decreto al señalar que varios de sus artículos siguieron siendo válidos durante los treinta años siguientes a su publicación, además de ser la base de la legislación subsecuente. En 1962, por ejemplo, el Código Brasileño de Telecomunicación, Ley 4.117, incorporará varios artículos de este Decreto. Sobre los decretos 20.047/31 y 21.111/32, Jambero (2002) señala que:

Fueron innovadores y sorprendentemente actualizados tecnológicamente, incluso regulando anticipadamente los servicios de TV cuando estos aún eran un experimento en Estados Unidos y Europa.

Empezaron a tratar la radiodifusión a través de conceptos que terminarán por fijarse definitivamente en el sector: bien público, servicio público, interés nacional, propósitos educacionales, el Estado como poder concedente, la empresa privada como operadora principal del servicio.

Inauguraran en Brasil el *trusteeship model* para la exploración de servicios de radiodifusión. (Jambero, 2002, p. 71)

El *trusteeship model* es el modelo internacional de gestión del espectro eletromagnético, un bien finito, en el que el gobierno organiza de forma racional el espectro pudiendo él mismo prestar los servicios de radiodifusión u otorgarlos a un agente privado mediante concesión por tiempo determinado (Lopes, 2011).

Según Jambero, “entre 1934 y 1937 fueron publicados cuatro decretos –24.651/34, 24.655/34, 24.772/34 y 1.546/37–, [...] pero ninguno de ellos alteró la esencia de las determinaciones de los decretos anteriores sobre la prestación de los servicios de telecomunicaciones” (Jambero *et al.*, 2004, p. 76).

Según Valente (2009), con la publicación del Decreto-Ley 2.073/40, la Radio Nacional se incorporó al patrimonio del Gobierno Federal. La emisora fundada en 1936 pertenecía a la Compañía Estrada de Hierro São Paulo-Río Grande, cuyos bienes se incorporaron al patrimonio de la Unión como pago de deudas que la empresa tenía con el gobierno.

La Nacional fue transformada en el principal medio de comunicación del gobierno de Vargas. La emisora fue la “segunda y más importante experiencia de comunicación pública en la era Vargas”. La primera experiencia, según el autor, es la Radio Sociedad, que para no ser transformada en radio comercial y perder su vocación educativa y cultural fue donada al Ministerio de la Educación y Salud por Roquette-Pinto. Con la donación, la emisora cambió su nombre a Radio Ministerio de la Educación, hoy Radio MEC (Valente, 2009, p. 53).

Las dos emisoras, la Radio Nacional y la Radio MEC, forman parte de la Red Nacional de Radio Pública gestionada por la EBC. Roquette-Pinto intentará en otro momento la instalación de aquella que podría haber sido la primera emisora de televisión pública brasileña, la TV Nacional. La legislación de la radiodifusión a lo largo de la historia estará fuertemente vinculada a las condiciones políticas del país. Vargas había descubierto el potencial de la radio como medio de comunicación capaz de movilizar a la población y utilizó la emisora para divulgar sus acciones de gobierno. Getúlio Vargas también ejercerá la censura y el control sobre los medios de comunicación con la institución de la censura (Jambero, 2002).

La Radio Nacional llegó a ser la emisora más importante del país debido a lo innovador de su programación en comparación con las otras emisoras de la época, incluso las privadas. “El periodismo de utilidad pública tan de moda hoy en la televisión, tuvo allí su mayor expresión, estableciendo un gran vínculo entre la emisora y la comunidad”. La emisora tuvo un gran éxito con sus famosos programas de entretenimiento e información y recibía en la época grandes inversiones en publicidad aunque fuera una emisora estatal. La Nacional actuaba como si fuera una

emisora privada (Federico, 1982, p. 77). Sobre la Radio Nacional, Capparelli y Lima señalan que:

Durante los años 40 y 50 tenía la mayor audiencia y llegaba a todos los lugares del país. Era, antes que nada, el resultado de las preocupaciones del gobierno autoritario de Getúlio Vargas (1930-1945) por dotar al país de un medio de comunicación capaz de alcanzar los lugares más distantes para reforzar su alianza con sectores populares. (Capparelli y Lima, 2004, p. 64)

La Radio Nacional fue, según Federico (1982), la primera emisora brasileña y de América del Sur en realizar una transmisión de televisión, en 1946, de carácter experimental, un programa que recibió el nombre de Rua 42. Sin embargo, como señala Becerra (2012), México inició transmisiones regulares de televisión en 1946.

La emisora necesitaba una autorización para la realización de la transmisión en 1956, que fue concedida por el presidente Juscelino Kubitschek (1955 - 1960) para constituir la TV Nacional, [...] pero el gobierno habría sido presionado por grupos políticos y económicos, especialmente por Assis Chateaubriand, que veían en la fuerza de comunicación de la Nacional una amenaza a su imperio. Juscelino habría sido amenazado con una campaña nacional a través de las empresas de su patrimonio, y habría cedido, llevando el material de la televisión a Brasilia. (Federico, 1982, pp. 79-80)

Desde la publicación de los dos primeros decretos en 1931 y 1932, los empresarios de la radiodifusión ya empezaban a movilizarse con el objetivo de reivindicar al gobierno modificaciones en artículos de los primeros decretos. La principal reivindicación se refería a las limitaciones impuestas a las concesiones.

[...] la idea fijada en los decretos de 1931 y 1932 era que la radiodifusión era apenas un instrumento educacional y gubernamental. En 1934 fue organizada la Federación Paulista de las Sociedades de Radiodifusión, que pasó a defender la modificación de la legislación. En 1940 se constituyó una comisión para elaborar un estatuto para la radiodifusión. El documento, con el título de Código Brasileño de Radiodifusión, fue presentado al gobierno como sugerencia. Entretanto, el trabajo no tuvo seguimiento, probablemente porque el Congreso Nacional fue cerrado por el Estado Nuevo. (Oliveira, 2007)

Según Rebouças, “en 1946, cuando se elabora una nueva Constitución, se realizó el I Congreso Brasileño de Radiodifusión, con la intención de forzar una revisión en los

primeros decretos. De ahí nació la propuesta del Código Brasileño de Telecomunicaciones” (Rebouças, 2006, p. 45). Después del congreso, los empresarios de la radiodifusión “intentaron elaborar un Código Nacional de Radiodifusión, sin embargo, no obtuvieron aprobación del gobierno para seguir adelante con el proyecto” (Jambero, 2002, pp. 54-55).

El 31 de enero de 1951, Getúlio Vargas asume otra vez la Presidencia de la República, ahora mediante elecciones democráticas, elegido con un 48,7% de los votos¹³. Ese mismo año, Assis Chateaubriand inaugura su segunda emisora, la TV Tupi de Rio de Janeiro. Seis meses después se publica un nuevo decreto, el 29.783/51, que modifica artículos del Decreto 21.111, de 1932, y establece nuevas normas para la ejecución de los servicios de radiodifusión y radiocomunicación. En este decreto aparece una novedad que no debió ser del agrado de los radiodifusores: en el artículo 5º, queda determinado que las concesiones de la radiodifusión establecidas para un período de no más de 10 años, “deberían ser revisadas de tres en tres años y podrían ser canceladas sin que se asegurase ningún derecho al concesionario” (Jambero, 2002, p. 55).

El referido decreto establece también, en el artículo 15º, la creación de una comisión para el estudio del Plan General de Radiocomunicación, con el objetivo de elaborar un anteproyecto del Código Brasileño de Radiodifusión y Radiocomunicaciones. El documento debería pasar por el Congreso Nacional después de ser aprobado por el presidente. La comisión tenía también otro objetivo: organizar un plan nacional de radiocomunicación con un estudio de todas las concesiones y licencias para atender las necesidades de todas las regiones del país. Este artículo, en el párrafo 2º, deja claro que la radiodifusión debe ser utilizada “como poderoso instrumento de la difusión cultural y de la educación de las masas”, reforzando la finalidad educativa de la radiodifusión presente en el primer decreto publicado en 1931 (Jambero, 2002).

¹³ Información obtenida de www0.rio.rj.gov.br/memorialgetuliovargas/conteudo/expo6.html Acceso el 8 de septiembre de 2015.

El interés en formar una identidad nacional –volcada en la cultura popular– y en mantener la vida política del país bajo su control, especialmente a partir del Estado Nuevo (1937), hizo que Getúlio Vargas controlase de cerca toda la producción para la radio, cine, prensa y, en su último gobierno, la televisión. (Andi, 2007, p. 169)

En noviembre de 1952 se publica otro decreto, el 31.835, que incorpora la Portaria 692, que había sido publicada en julio de 1948. Sobre la Portaria 692, Rebouça y Martins (2007) señalan que:

Un hecho raro en las políticas de comunicación en el país fue la creación de la regulación de la televisión antes de su inauguración. Por medio de la Portaria nº 692, de 26 de julio de 1949, fueron establecidas las normas para la utilización de la frecuencia VHF, que definían el modelo de 12 canales para el servicio de televisión. El lanzamiento de la TV Tupi de São Paulo solo se produjo en 18 de septiembre de 1950 por cuenta del empresario Assis Chateaubriand”. (Martins y Rebouças, 2007, p. 4).

El Decreto 31.835/52, en su Capítulo 1, artículo 1º, hace una clara referencia a las normas de la Comisión Federal de Comunicación (FCC, en su sigla en ingles), órgano regulador de las telecomunicaciones y de la radiodifusión de los Estados Unidos, cuando dice que:

El servicio de televisión en Brasil será ejecutado de acuerdo con las normas de ingeniería, referente a las estaciones radiodifusoras de televisión, de la *Federal Communications Commission (Standards Good Engineering Practice Concerning Television Broadcasting Stations)*. Serán también obedecidas, en todo lo que fuera aplicable, las reglas propuestas por la misma Comisión, el 21 de marzo de 1951, referentes a los patrones y la atribución y distribución de canales de VHF y UHF de EE.UU. (Brasil, Decreto 31.835, 1952).

El decreto previo a la distribución del número de canales por 186 provincias, determinó, provisionalmente, “[...] facilidades de importación de las piezas necesarias a la adaptación de los receptores ya existentes y estableció los plazos para la TV Tupi adaptar su sistema de transmisión” (Andi, 2007, p. 171).

Cuando se suicidó el 24 de agosto de 1954, en medio de una grave crisis política en su gobierno, marcado por una fuerte oposición de amplios sectores de la prensa,

especialmente los periódicos del Grupo de los Diarios y Emisoras Asociados, Getúlio Vargas ya había dejado establecidas las primeras leyes de la radiodifusión en Brasil.

Con la muerte de Getúlio Vargas asume el gobierno el vicepresidente João Fernandes Café Filho (1954-1955), que revoca el Decreto 29.783/51, publicado en el gobierno de Vargas y que reducía a tres años la revisión de las licencias. Vargas también había creado una comisión para elaborar un Código Brasileño de Radiodifusión y Telecomunicaciones, según Martins y Rebouças (2007, p. 5). La medida tomada por Café Filho se debió, según los autores, a la presión realizada por los radiodifusores. En una situación de completa inestabilidad política y con gobierno de carácter transitorio, Café Filho nombra una comisión para estudiar y proponer una nueva ley para las telecomunicaciones.

Al asumir el Gobierno en 1956 el nuevo presidente, Juscelino Kubistchek o JK, el último político electo a la Presidencia del país por voto directo antes del Gobierno Militar, da continuidad al proceso de industrialización del país. Lanza con mucha publicidad un plan con 31 objetivos, con el eslogan “50 años de progreso en cinco”. Es la época de la construcción de una nueva capital, Brasilia, una ciudad diseñada desde cero y símbolo de un país moderno. También se abre la economía al capital extranjero y se promueve el incentivo a la instalación de las multinacionales en Brasil, especialmente la industria automovilística. A pesar del progreso y de la modernización de la nación, el Gobierno de JK también deja como herencia un gran endeudamiento externo, mayor concentración de la riqueza y el crecimiento de la inflación debido a la devaluación de la moneda. A este respecto, Herz (1987) dice:

La acentuada internacionalización de la economía también se refleja en la organización económica de los medios de comunicación de masas. Las agencias extranjeras de publicidad llegan a controlar el mercado de la publicidad generado por la inversión masiva de capital empleado por las empresas extranjeras, que ahora operan en Brasil. Los medios de comunicación de masas [...] se desarrollan y se sofistican tecnológicamente con la concentración del capital. Financiadas directa e indirectamente por el capital extranjero, estas compañías comenzaron a actuar como una estructura de poder que intermediaba los intereses del imperialismo y de la burguesía asociada. (Herz, 1987, p. 82)

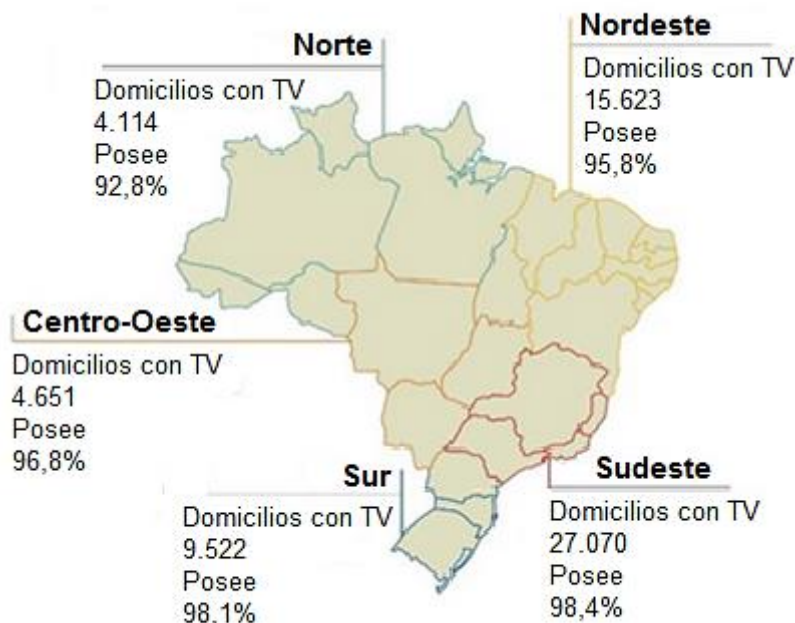
En el gobierno de Juscelino Kubistchek, los Diarios y Emisoras Asociadas ya habían extendido la televisión por el país, inaugurando nueve emisoras en diferentes capitales brasileñas, aunque como señalan Martins y Rebouças:

Esto ocurrió sin ninguna reglamentación que observase la posibilidad de monopolio y/o propiedad cruzada de los medios, las reglamentaciones existentes ya no servían para acompañar el rápido crecimiento del empresariado del sector. (Martins y Rebouças, 2007, p. 5).

Durante el gobierno de Kubistchek se intentó elaborar en varias ocasiones un Código Nacional de Telecomunicaciones, tomando como base el Proyecto de Ley nº 36, existente en el Congreso Nacional desde 1953. Sin embargo, la aprobación del Código Brasileño de Telecomunicaciones no se producirá. En el gobierno de Kubistchek, la televisión empezará poco a poco a consolidarse como el medio que más recaudará con la publicidad, ya que en ese gobierno comienza el proceso de industrialización en el país, la apertura al capital internacional y la instalación de las agencias de publicidad multinacionales que acompañan las empresas que se instalan en el país.

Además de un negocio ventajoso económicamente, una concesión de televisión significa tener una voz poderosa capaz de hablar para millares de personas, en razón de la fuerte presencia de ese medio de comunicación en los domicilios brasileños, en todas las regiones del país, hasta hoy, como se señala en el siguiente mapa (Jambero, 2002; Pieranti y Martins, 2007).

Ilustración 8: Proyección de domicilios con TV (Mil) - 2014



Fuente: Mídia Dados (2014, p. 231).

En 1961, Brasil tiene un nuevo presidente, Jânio Quadros (1961). Para la Vicepresidencia fue elegido nuevamente João Goulart (la legislación electoral de la época permitía el voto separado para presidente y vicepresidente). João Goulart había sido Ministro del Trabajo, Industria y Comercio en el segundo gobierno de Getúlio Vargas (1951-1954) y vicepresidente en el gobierno de Juscelino Kubitschek (1956-1961). Según Skidmore,

Jânio Quadros surgía como una figura legendaria del nuevo Brasil que era São Paulo, el político que consiguió dirigir eficientemente el gobierno de una economía en rápida expansión, conciliando los conflictos sociales decurrentes de la misma. (Skidmore, 1982, p. 232)

Pasada la euforia de los primeros meses del gobierno, Jânio empieza a hacer frente a un desgaste político. Había dejado de lado a los políticos de partidos que habían apoyado su candidatura, como la Unión Democrática Nacional (UDN). En la política externa era considerado como independiente. “Su reluctancia en concordar con el boicot americano a Cuba y su visita a esta isla mostraban que él seguía una política

menos pro-americana que la de cualquier otro presidente brasileño desde la Segunda Guerra Mundial” (Skidmore, 1982, p. 245).

Durante su periodo de gobierno, Jânio Quadros tiene una actuación nacionalista y conservadora. Hace obligatoria la exhibición en televisión de una película nacional por cada dos películas extranjeras. Esta determinación esta contenida en el Decreto 50.450, publicado el 12 de abril de 1961, que también regula el tiempo destinado la propaganda comercial entre un programa y otro, que no debe exceder los tres minutos (Jambero, 2002). El decreto toma medidas para estimular la producción de películas destinadas a la televisión al determinar en su artículo 8^a que:

[...] el Grupo Ejecutivo de la Industria Cinematográfica (GEICINE) estudiará y pondrá en ejecución planes de estímulo a la producción de películas destinadas a la televisión, tomando, entretanto, la cautela de evitar que tanto por temas explotados, como por sus propias calidades, no constituyan un elemento no educativo para la infancia y la adolescencia.

El Decreto señala además, que las películas extranjeras proyectadas por las emisoras brasileñas de televisión están originando “problemas de carácter social”. Determina incluso que “corresponde al poder público preservar el sentido nacional de la cultura brasileña y estimular el culto a los padrones cívicos, patrios, impidiendo a su deformación”. El Decreto 50.450 fue revocado el año siguiente por otro decreto, el 544, del Consejo de Ministros, publicado en 31 de enero de 1962, después de la renuncia de Jânio Quadros (Jambero, 2002).

Otra medida adoptada en el gobierno de Jânio Quadros fue la transferencia de la Comisión Técnica de Radio, Decreto 50.840/61, subordinada al Ministerio de Viação y Obras Públicas para el Ministerio de la Justicia. “Tal actitud del presidente dio un tono aún más político a la radiodifusión, una vez que la Comisión era considerada un órgano técnico, pero legislador de las cuestiones relativas al sector, mientras el Ministerio estaba revestido de naturaleza política” (Correa, 2009).

A ejemplo de lo que hiciera Getúlio Vargas en 1951, Jânio Quadros también limita el plazo de las concesiones de diez a tres años, pudiendo la concesión ser renovable o no, quedando la prerrogativa a criterio del gobierno. La medida será extinta cuando

João Goulart asumir la Presidencia de la República después de la renuncia de Jânio Quadros. Para Wimmer (2012, p. 224), “Quadros comenzó una serie de medidas legales tendentes a disminuir las garantías de los empresarios de la radiodifusión”. Sobre las medidas adoptadas por Quadros, Mathias señala que:

El cambio más importante se hace por medio del Decreto n° 5.840, que modifica los plazos de concesión de diez años a tres y, al mismo tiempo, transfiere del Ministerio de Viação y Obras Publicas al Ministerio de la Justicia la jurisdicción sobre el área de telecomunicaciones, lo que equivalía a dar un carácter más político y menos técnico al sector. (Mathias, 2004, p. 100)

El último decreto del breve gobierno de Jânio, el 51.134, de 03 de agosto de 1961, veintidós días antes de su renuncia, restablece la censura previa de la radio y la televisión, determina la prohibición de escenas de crueldad, racismo y sensacionalismo y prohíbe escenas de actores en ropa interior o bañador, incluidos los anuncios publicitarios. Los programas deberían ser sometidos a la censura previa de las autoridades responsables de la fiscalización y control de la actividad artística. El decreto preveía también castigos para las empresas de radiodifusión y determinaba las siguientes sanciones: a) suspensión por 3 (tres) días; b) suspensión por 15 (quince) días; c) suspensión definitiva de la autorización para funcionar, en el caso de persistencia de la infracción.

Con la renuncia de Jânio Quadros empieza un juego de fuerza política entre dos grupos: los que defendían el cumplimiento de la Constitución y investidura del vicepresidente João Goulart, que se encontraba en viaje oficial a China, y de los ministros militares, que se oponen la toma de posesión alegando la posición política del vicepresidente. Desde que fuera ministro del Trabajo en el último gobierno de Getúlio Vargas, Goulart era considerado simpatizante del comunismo por políticos de la derecha y varios comandantes militares. Para solucionar el *impasse*, el 2 de septiembre de 1961, el Congreso, mediante la Enmienda Constitucional n° 4,

instituye el sistema parlamentario (1961-1962) como solución para la crisis política. João Goulart asume en el nuevo sistema de gobierno¹⁴.

El 27 de agosto de 1962, en gobierno de João Goulart, es aprobada la principal ley que aborda el Servicio de Radiodifusión en Brasil, la Ley 4.117, que instituyó el Código Brasileño de Telecomunicaciones (CBT), reglamentando la radiodifusión y las telecomunicaciones. Solo en 1997, después de la reforma neoliberal implantada en el país en la década de los 90 en el gobierno de Fernando Henrique Cardoso con la privatización de las telecomunicaciones y la aprobación de la Ley General de las Telecomunicaciones (LGT), Ley 9.472, la radiodifusión será separada de las telecomunicaciones, antes reglamentadas por una única ley, la 4.117/67.

Para Rebouça y Martins (2007), Sardinha (2004) y Jambero (2002), el Código Brasileño de Telecomunicaciones preservó varios principios de los decretos de 1931 y 1932. Para Mattos, el código representó un avance para el sector de la radiodifusión. “El código innovó en la conceptualización jurídica de las concesiones de radio y televisión, sin embargo, pecó al continuar atribuyendo al ejecutivo el poder de juzgar y decidir, unilateralmente, la aplicación de sanciones o la renovación de concesiones” (Mattos, 2002, p. 86).

La aprobación del Código Brasileño de Telecomunicaciones, estuvo marcada por un fuerte *lobby* de los radiodifusores, liderados por João Calmon, uno de los directivos de los Diarios Asociados y presidente de la Asociación de Emisoras del Estado de São Paulo (AESP). Calmon reunió en Brasilia a representantes de 213 empresas de radio y televisión y en dos días consiguieron el apoyo de parlamentarios para derrotar, en votación nominal, los 52 vetos propuestos al Código por el presidente João Goulart (Pieranti y Martins, 2007).

¹⁴ El sistema parlamentario establecía la división del poder entre el presidente y el gabinete. El 6 de enero de 1963, dos años antes de la fecha prevista para la consulta, como determinaba la enmienda que estableció el parlamentarismo, el presidente convocó un plebiscito y cerca del 80% de la población votó por el retorno al sistema presidencialista.

Con el resultado, no quedó otra opción para el presidente que publicar en mayo de 1963, el Decreto 52.026, reglamentando el Código Brasileño de Telecomunicaciones con sus 129 artículos, sin ninguna alteración. Para Bolaño “queda establecido el marco básico de la legislación brasileña en materia de comunicación vigente en el país hasta la reforma de los años 90” (Bolaño, 2007, pp. 12-13).

Para Dantas (2012),

[...] las modernas comunicaciones empezarán a desarrollarse en Brasil a partir de los años de 60, con la entrada en vigor en 1962 del Código Brasileño de Comunicaciones (CBT). Fue a partir de él, ya bajo el régimen militar instalado en 1964, que el país ha adoptado un moderno sistema (estatal) de telecomunicaciones presente en todo el territorio nacional, como redes nacionales (comerciales) de televisión que pasaron a tener gran influencia en la vida cotidiana y en las transformaciones del país a lo largo de los años 1970 a 1990. (Dantas, 2012, p. 41)

Pese a haber conseguido una victoria con la aprobación del presidencialismo, el gobierno de João Goulart no tenía estabilidad política y estaba rodeado de desconfianza, especialmente de los militares y de sectores conservadores de la sociedad. La crisis política venía arrastrándose desde la renuncia de Jânio Quadros y Goulart, sin apoyo, abandona el poder y se exilia en Uruguay. El 2 de abril, el Senado Federal declara vacía la Presidencia de la República.

La dictadura se instala en Brasil (1964-1985) con apoyo de los partidos políticos de derecha, la clase media-alta, sectores conservadores de la Iglesia Católica y de los principales grupos de comunicación del país. Empieza un período oscuro de la política nacional, que tendrá un significado importante para la radiodifusión, pues será con la implantación del sistema de red proporcionado por el desarrollo de las telecomunicaciones, proyecto del Gobierno Militar, cuando la señal de televisión llegará a casi todos los hogares brasileños.

En 1972 todas las capitales brasileñas y las 500 mayores ciudades del país ya estaban conectadas a través de la red básica del Sistema Nacional de Telecomunicaciones. (Capparelli; Ramos; Santos, 1999, p. 11). Para Wainberg, “cuando se consolida el

Plan Nacional de Telecomunicaciones se formula el concepto de redes nacionales interligadas de telefonía, telegrafía, radiodifusión, televisión y transmisión de datos” (Wainberg, 2002, p. 163).

4.1 La política de integración nacional y el desarrollo de la televisión privada

Cuando el primer presidente militar asume el gobierno, en 1964, estaban en funcionamiento la Tupi de televisión (1950), la Red Record (1953), la TV Rio (1955), la TV Excelsior (1960), la TV Cultura (1958) y, cinco años después, en 1969, entra en funcionamiento la TV Globo. Para Pierante (2007):

Desde la instalación de la República, como estudiosos del área y poseedores de conocimiento técnico en telecomunicaciones y radiodifusión, los militares tuvieron fuerte injerencia en el sector. De los tres miembros de la Comisión Técnica de Radio (CTR), principal órgano regulador de radiodifusión brasileña de 1931 a 1962, dos eran nombrados por ministros militares y el presidente siempre fue un militar. (Pieranti, 2007, p. 42)

Para Santos (2004), “la relación entre Estado nacional y los oligopolios de comunicación en Brasil fue distinta de otros regímenes militares en América Latina, como el argentino, que estatalizó todas las redes de televisión”. Según la autora, en Brasil, “el modelo comercial de televisión era fuertemente controlado, pero la continuidad del carácter comercial fue garantizada”. Según Santos, el modelo comercial fue posible por la infraestructura de distribución de la programación para casi todo el país a través del sistema de telecomunicaciones implantado durante el Gobierno Militar (Santos, 2004, p. 92)

Para los gobiernos militares, la comunicación era estratégica y debería ser utilizada para unir a la población en torno a las ideas del nuevo régimen en un país de

dimensión continental¹⁵ y la televisión fue el medio de comunicación escogido para la tarea. Para Jambero,

La construcción de las redes de TV debería ser estimulada como un medio para apoyar la integración nacional; promover y organizar un mercado de masas para los bienes producidos por el proceso de industrialización que los militares implementaron, basado en la importación de capital y tecnología; diseminar la doctrina de seguridad nacional; y dar estabilidad económica y financiera a la propia industria de TV. (Jambero, 2002, p. 76)

El 28 de febrero de 1967, el gobierno publica el Decreto-Ley 236, que complementa y modifica varios artículos del Código Brasileño de Telecomunicaciones. El Decreto crea las emisoras de televisión educativa destinadas a la divulgación de programas educacionales y establece restricciones al número de emisoras de televisión, quedando en 10 por propietario en todo el territorio nacional, con un máximo de cinco en VHF y dos por Estado. “Al lado de la estructura ofrecida por el Gobierno Militar a los medios de comunicación social, sobremanera la televisión, el Estado evocó para sí la tarea de construir sus propias redes, de forma complementaria a la iniciativa privada” (Barros Filho, 2010, p. 58).

La restricción en el número de emisoras no impidió la concentración de ese medio de comunicación en el país, con la formación de poderosas redes a través de las emisoras afiliadas, que retransmiten la programación de las principales emisoras de televisión en el país de modo que llegan con su señal a todo el territorio nacional. Para Mendel y Salomon (2011)

El modelo de concesiones adoptadas en Brasil no prevé la existencia de licencias de alcance nacional y esa situación hizo que se formasen y se expandiese redes de emisoras afiliadas para aprovechar la ventaja de la economía de escala posibilitada por el vasto territorio brasileño. (Mendel y Salomon, 2011, p. 44)

El Decreto 236, de 1967, reafirmó la prohibición de la participación de extranjeros como propietarios en cargos de dirección de empresas de comunicación brasileñas.

¹⁵ Brasil es el quinto mayor país del mundo en territorio, con 8.511.996 km².

Prohibía también a las empresas de radiodifusión de mantener contratos de asistencia técnica u orientación administrativa con empresas u organizaciones extranjeras. El Decreto creó el servicio de radiodifusión con finalidad educativa. Para Bolaño (2004) “el modelo de regulación del audiovisual gestado en los años 60 es nacionalista y concentracionista”.

“Al mismo tiempo que protege los capitales instalados de la concurrencia externa, limita la manifestación de las expresiones locales y el desarrollo de un panorama audiovisual diversificado, sirviendo básicamente a los intereses políticos y económicos hegemónicos que se articulan en su interior”. (Bolaño, 2004, p. 17)

En un análisis de los gobiernos militares de Humberto Castello Branco (1964-1967) y Artur da Costa e Silva (1967-1969), Pierante señala que estos dos gobiernos

[...] fueron los responsables de una gran reformulación en las políticas volcadas a los sectores de radiodifusión y prensa. Se reformuló la legislación de esos sectores y se hicieron inversiones en aspectos técnicos, posibilitando mejores condiciones para el desarrollo de la radiodifusión y de la telefonía ahora vistas como el eslabón perdido de la integración. (Pierante, 2012, p. 97)

En el gobierno de otro militar, el general Emilio Garastazu Médici (1969-1974), Brasil vivía la época del “milagro económico”, con la economía registrando significativas tasas de crecimiento y “[...] la TV Brasileña transpira optimismo y confianza en el futuro del Brasil gigante y se utilizan largos períodos diarios para la difusión de los logros del gobierno”. En ese gobierno fue realizada la primera transmisión pública de la TV en colores (Simões, 2004, p. 31).

Con el crecimiento de la economía hubo también un aumento en el consumo y el crecimiento de la inversión de la publicidad en la televisión que fortalecía el crecimiento de las las redes privadas, especialmente de la red Globo. El último de los presidentes militares fue el general João Batista de Figueiredo (1979-1985). En ese período, según datos del *site* Donos da Mídia¹⁶ (1988), “al terminar su mandato había

¹⁶Información obtenida de donosdamidia.com.br/media/documentos/527Outorgas.pdf Acceso el 1 de julio de 2015.

aumentado en casi un 50% el número de concesiones y permisos otorgados en toda la historia de la radiodifusión en Brasil”. Para Santos:

El fin de los gobiernos militares no trajo con él un proceso de democratización en la televisión brasileña. Tenemos, aquí, una situación peculiar, de ese sistema organizado en redes, consolidado a partir de los años 80. Si, por un lado, la interrupción de la censura previa de los contenidos podría configurar mayor libertad en los canales, el coronelismo electrónico, por otro lado, vació esta posibilidad trayendo consigo una disciplina más flexible, por la cual la programación regional o local pasó a vincularse estrechamente a los intereses electorales de los propietarios de concesiones y licencias de retransmisión televisivas. (Santos, 2004, p. 142)

4.2 La Nueva República y la redemocratización del país

El proceso de transición del Gobierno Militar a un gobierno civil se produjo a través de elecciones indirectas. Después de la derrota, el 25 de abril de 1984, de la Enmienda Constitucional (PEC/5/1983), que preveía elecciones directas para presidente de la República, se lanzó la candidatura de Tancredo Neves para presidente y de José Sarney para vicepresidente, por el “Frente Liberal”, formado por el partido de oposición, el Partido del Movimiento Democrático Brasileño (PMDB), y parlamentarios disidentes del partido del gobierno, el Partido Democrático Social (PDS).

En la víspera de asumir la presidencia, el 14 de marzo de 1985, Tancredo fue ingresado de urgencia para ser sometido a una cirugía. Asume la presidencia el vicepresidente José Sarney (1985-1990), que vino a ser confirmado en el cargo después de la muerte de Tancredo, el 21 de abril de 1985. Un documento de la Federación Nacional de los Periodistas (FENAJ)¹⁷, señala que antes de completar tres años de mandato, Sarney –que, junto con familiares, es propietario en su estado, Maranhão, del Sistema Mirante de Comunicación, que incluye emisoras de televisión, radio y periódico– ya había otorgado 527 concesiones y permisos de

¹⁷ *Íbid.*

emisoras de radio y televisión. Cuando terminó el mandato, el número de licencia llegó a 1.028, otorgándose el 25% de estas en el mes de septiembre de 1988. Las concesiones fueron en su mayoría para políticos o personas vinculados a ellos.

La familia Sarney es un ejemplo de cómo el poder político regional está conectado a las comunicaciones. Reseana Sarney, hija de José Sarney, es socia de la TV Mirante, retransmisora de la Globo São Luís (MA), al lado de los hermanos Fernando José Macieira Sarney y Sarney Filho, diputado por el PV-MA. También controla la Radio Mirante FM, de São Luís, con los hermanos, la Radio Interior AM, en Caxias (MA), y la Radio Interior AM, en Pinheiros (MA). Además de las emisoras a nombre de la hija, el senador José Sarney (PMDB-AP) tiene control indirecto sobre la TV Radio Mirante del Maranhão (retransmisora de la Globo), la Radio Mirante del Maranhão AM y la Radio Mirante del Maranhão FM, en Imperatriz (MA); la Radio Difusora de Timon FM, en Timon; y la TV Itapicuru, en Codó (MA). Todo a nombre de familiares. (Cruz, 2008, p. 25)

Las licencias fueron también instrumento de negociación política durante la instalación de la Asamblea Nacional Constituyente entre 1987 y 1988, para aprobación del mandato de cinco años para el presidente, como señala Jambero (2002), al decir que, “el cambio de concesiones de radio y televisión por votos en la Asamblea Constituyente no constituía nada nuevo en el ambiente político brasileño” y cita como ejemplo, el comentario hecho por el diputado y periodista Antonio Brito al señalar que, “el derecho de explotar estaciones de radio y televisión ya se había constituido históricamente en una de las más valiosas monedas de cambio en el mercado de *barganhas* políticas, tanto dentro como fuera del Congreso Nacional” (Jambero, 2002, p. 143).

En un escenario en que las licencias eran concedidas como instrumento político, las emisoras comerciales, especialmente la poderosa Red Globo de Televisión, conquista el mercado nacional aliada con los gobiernos militares; sin embargo, las emisoras educativas y culturales continuaban ocupando un papel secundario con una baja audiencia y una producción audiovisual escasa por la falta de una fuente estable de financiación.

En 5 de octubre de 1988, con el país ya de vuelta a la democracia, fue publicada la actual Constitución Federal con sus 250 artículos, llamada “constitución ciudadana”.

Fue la primera en crear un capítulo específico para la comunicación, el Capítulo V, resultado de embates entre representantes de la sociedad civil, parlamentarios y radiodifusores. Un estudio coordinado por la Agencia de Noticias de los Derechos de la Infancia (ANDI), con apoyo de la Fundación Ford sobre Medios y Políticas Públicas de Comunicación, señala que la Constitución promovió cambios en el marco regulatorio de la radiodifusión del país, como la creación del Consejo de Comunicación Social y la exigencia de que las licencias para la radiodifusión sean aprobadas por el Congreso Nacional, dejando de ser una prerrogativa exclusiva del poder ejecutivo. Sin embargo, el estudio destaca que “la transición, entretanto, estuvo limitada por la manutención de un sistema político en el cual los intereses de los propietarios de las empresas del sector de comunicación quedaron asegurados, dada la fuerza de su *lobby*” (ANDI, 2007, p. 174).

En la misma línea argumentativa, el Foro Nacional para la Democratización de Comunicación (FNDC) señala que,

(...) el texto contempla la regionalización, veto al monopolio, complementariedad de los sistemas público y privado, garantías al contenido nacional, asegura manifestación del pensamiento, creación, expresión y la información sin restricción. Pero eso no impidió que el modelo se hiciese hegemónico y los media se configurasen en oligopolio. (FNDC, 2007, p. 26).

Los temas relativos a la comunicación, durante la Asamblea Nacional Constituyente (1987-1988), fueron según Jambero

Coordinados por el Sub-Comité de Ciencias, Tecnología y Comunicación. [...] el debate quedó dominado por cuestiones de fondo, tales como la dicotomía entre TV privada y TV pública, la creación del Consejo Nacional de Comunicación, reglas y procesos de concesión de canales de radio y TV, entre otros. (Jambero, 2002, p. 144)

De un modo general se puede decir que la Constitución presentó avances. Sin embargo, los artículos 220, 221 y 223 continúan sin reglamentación, lo que implica que la televisión comercial siga siendo hegemónica y sin reglas específicas para que la producción independiente y los contenidos regionales tengan espacio asegurado en la programación de las grandes redes de televisión.

En 1989, fue electo el primer presidente después de la dictadura militar, Fernando Collor de Mello (1989-1992). Collor de Mello ganó las elecciones en una disputa con el candidato del Partido de los Trabajadores (PT), Luiz Inácio Lula da Silva, que disputaba su primera elección para la Presidencia de la República. En su rápido gobierno (Collor de Mello gobernó el país apenas 932 días), extinguió en 1990 el Ministerio de las Comunicaciones, que fue incorporado al Ministerio de la Infraestructura, y en 1992, a través de la Medida Provisoria 302/92 –convertida después en la Ley 8.422/92–, en el Ministerio de los Transportes y de las Comunicaciones.

El Ministerio de las Comunicaciones volvería a ser instituido en el gobierno de Itamar Franco (1992-1994), que asumió la Presidencia de la República después de la salida de Collor de Mello. Denuncias de irregularidades, corrupción y tráfico de influencia en el gobierno, llevaron Fernando Collor¹⁸ a sufrir un proceso de *impeachment* y renunciar.

En el corto gobierno de Collor de Mello se dió el proceso de implantación de la TV por cable en Brasil. Para Mattos, la ley del cable fue “democrática y avanzada”, pero “lamentablemente, varios artículos previstos en la ley jamás salieron del papel, como la prometida regionalización de parte de la programación de las TVs” (Mattos, 2002, p. 127). La regionalización de la programación será una de las metas de Red Nacional de Comunicación Pública de Televisión dirigida por la TV Brasil.

Con la elección del presidente Fernando Henrique Cardoso o FHC (1995-2002), después del gobierno de Itamar Franco, el ministro de las Comunicaciones Sergio Motta, en su discurso de toma de posesión, destacó “cinco puntos de la revolución

¹⁸ Las denuncias de corrupción contra el gobierno alcanzaron su punto máximo con la publicación de un reportaje de la *Revista Veja*, edición de 27 de mayo de 1992, en el que el hermano del presidente, Pedro Collor (“Pedro Collor conta tudo”), denunciaba un esquema de corrupción en el gobierno, con la participación del tesorero de la campaña presidencial, Paulo César Farias, el PC.

que prometía para las comunicaciones y, entre estas, que el uso de los medios de comunicación debería tener normas generales establecidas por la sociedad: el control social de los medios de comunicación” (Prata *et al.*, 1991, p. 32).

El 28 de noviembre de 1995, el Decreto 1.720 alteró varios artículos del Reglamento de los Servicios de Radiodifusión y las licencias para las emisoras comerciales obedecerían a partir de entonces a criterios técnico-económicos y a las determinaciones de la ley de licitaciones y contratos precedida de procedimientos licitatorios. “[...] parecía que estaba solucionada la cuestión del uso político de las concesiones de la radiodifusión por intercambio de favores políticos con la publicación del decreto, pero el tiempo, sin embargo, revelaría otra realidad” (Lima y Lopes, 2007, p. 10).

Las emisoras educativas quedaron libres del proceso de licitación dejando, como señalan algunos autores, una ventana abierta a la utilización política de la radiodifusión educativa o, mejor, “dejaba discretamente abierta la puerta”, como señalan Lima y Lopes (2007, p. 13). El informativo *Intervozes*, de noviembre de 2007, cita un reportaje hecho por la periodista Elvira Lobato, publicado en el periódico *Folha de São Paulo*, edición de 25 de agosto de 2002, en el que la autora señala que “en siete años y medio de gobierno, además de 539 emisoras comerciales vendidas por licitación, FHC autorizó 357 concesiones educativas sin licitación” (*Intervozes*, 2007, p. 6).

Para Capparelli y Lima (2004), tal como había ocurrido en el gobierno de José Sarney, una nueva enmienda en 1997 estaba en negociación para la aprobación de la reelección de Fernando Henrique Cardoso y la moneda de cambio fueron las Re transmisoras de Televisión-RTVs, emisoras que reproducen la señal de las generadoras y no estaban incluidas en el Decreto 1.720/95 (Capparelli y Lima, 2004, p. 82). En el gobierno de Fernando Henrique fue aprobada la Ley General de las Telecomunicaciones. En agosto de 1995, el Congreso Nacional aprobó la Enmienda Constitucional nº 8, que permitió al gobierno otorgar concesiones para la explotación de servicios de telecomunicaciones por empresas del sector privado. Con la

Enmienda, como ya se ha señalado, quedaron distinguidos los servicios de telecomunicaciones de los servicios de radiodifusión, siendo estos últimos legislados por el Código Brasileño de Telecomunicaciones, Ley 4.117/62.

Para Santos (2004),

La separación jurídica entre radiodifusión y telecomunicaciones acabó generando dos mercados divergentes en lugar de convergentes. Las telecomunicaciones, sin límites en la propiedad extranjera -excepto en la televisión por cable, en la que el límite máximo es del 49%-, configuran un oligopolio dominado por empresas globales combinado con las premisas del pos-fordismo. La radiodifusión heredó la tradición política brasileña que combina características del fordismo en las comunicaciones tradicionales con el coronelismo político definido por los sociólogos que estudiarán el período pos-colonial en el país. (Santos, 2004, p. 121)

Al hacer una revisión de la legislación de la radiodifusión en Brasil, es posible entender cómo ese modo de regulación estuvo directamente vinculado a las condiciones políticas del país y cómo cada gobierno, a su modo, interfirió en la radiodifusión. El modelo de regulación brasileño permitió el crecimiento de las emisoras privadas que, financiadas por la publicidad forman hoy un reducido número de redes de televisión en un país en el que la radiodifusión pública fue olvidada.

5. La TV Brasil en el contexto del gobierno de Luiz Inácio Lula da Silva (2003-2010)

Saludado como la fuerza política capaz de hacer transformaciones en la sociedad brasileña, marcada por profundas desigualdades sociales, Luiz Inácio Lula da Silva o Lula (2003-2010) llegó a la presidencia de la República en 2003 cuando disputaba su cuarta elección para presidente de la República¹⁹. Exmetalúrgico y exsindicalista, Lula empezó su militancia política en el movimiento sindical en la década de 60, en plena vigencia de la dictadura militar en el país, y fue uno de los fundadores del Partido de los Trabajadores (PT).

Manteniendo parte de la política económica de su antecesor, Fernando Henrique Cardoso, Lula también unió en un solo programa de transferencia de renta e inclusión social, programas sociales del gobierno de su antecesor como el Bolsa Escuela y el Bolsa Alimentación y creó un nuevo programa, el Bolsa Familia, que promovió una mejor distribución de la renta y sacó a más de 36 millones de brasileños de la extrema pobreza.

El gobierno de Lula da Silva también promovió un mayor acceso a la universidad con cuotas para negros, indios y alumnos de la escuela pública. Instituyó el Programa Universidad para Todos (Prouni), que concede una beca de estudios integrales o parciales en instituciones privadas de educación superior para estudiantes procedentes de la escuela pública que no pueden pagar las mensualidades en esas universidades. Durante el gobierno de Lula, Brasil presentó un elevado crecimiento económico y una reducción de la pobreza. Luiz Inácio Lula da Silva terminó su último gobierno en 2010, con un 83% de aprobación popular según el Instituto Datafolha (2010). Sin embargo, durante su gobierno enfrentó escándalos políticos

¹⁹ Electo diputado federal en 1989, Lula compitió en cinco elecciones para presidente, habiendo perdido en 1989, 1994, 1998 y venciendo en 2002 y 2006, cuando fue reelecto para un segundo mandato de cuatro años.

que tendrán varias implicaciones políticas incluso en el campo político de la comunicación, como señalan varios autores.

El gobierno de Lula representaba una expectativa de cambio en la reglamentación y democratización de la comunicación, pues como señalan Liedtke y Aguiar (2011), “el partido del presidente, el PT, históricamente incorporó en su trayectoria la lucha por la democratización de la comunicación en el país”. La Carta Programa del primer gobierno de Lula (2003-2006), *Concepções e Diretrizes do Programa de Governo do PT para o Brasil-Lula 2002* (Partido dos Trabalhadores, 2002) hace referencia en el punto 67 a la democratización de los medios de comunicación y propone la implantación inmediata del Consejo de Comunicación Social previsto en la actual Constitución Federal. La democratización de la comunicación, la concentración de medios y el sistema público están presentes en las otras cartas programa del candidato Luiz Inácio Lula da Silva a la Presidencia de la República (Liedtke y Aguiar, 2011, p. 1).

El Consejo de Comunicación Social, órgano auxiliar del Congreso Nacional en los temas referentes a los medios de comunicación, como determina el artículo 224 de la Constitución Federal de 1988, fue reglamentado tres años después de la promulgación de la Constitución por la Ley 8.389/91, en el gobierno de Fernando Collor de Mello (1990-1992) y funcionó por primera vez desde 2002 hasta 2006 y, después, desde 2012 hasta 2014. La historia del Consejo de Comunicación Social está marcada por la discontinuidad de sus actividades.

La atribución del Consejo de Comunicación Social es realizar estudios, y formular opiniones y recomendaciones acerca de la comunicación social en el país, incluso otorgación, renovación, concesión, permiso y autorización de los servicios de radiodifusión. La creación del Consejo de Comunicación fue, como señala Jambero, “objeto de intensas negociaciones, principalmente entre parlamentarios, Abert, ABTA y el Foro por la Democratización de la Comunicación” (Jambero, 2002, p. 153).

El Consejo de Comunicación Social se instaló únicamente porque había interés por parte de los empresarios de la comunicación, que enfrentaban dificultades financieras y tenían interés en la aprobación de la Enmienda Constitucional, n° 36, de 28 de mayo de 2002, que alteró el artículo 222 de la Constitución Federal, permitiendo la presencia de hasta un 30% de capital extranjero en el cuadro accionario de las empresas periodísticas y de radiodifusión. La enmienda se aprobó; sin embargo, quedó asegurado a brasileños natos o naturalizados, durante más de 10 años, el control y la responsabilidad de la línea editorial y del contenido de los medios de comunicación (Lima, 2009).

El Consejo de Comunicación Social está formado por 13 miembros con un mandato de dos años, permitida una prórroga, entre representantes de las empresas de radiodifusión, un ingeniero especializado en comunicación, representantes de las categorías profesionales de los que componen las actividades de la comunicación y representantes de la sociedad civil. El Consejo puede y debe desempeñar un importante papel como *locus* privilegiado donde se llevan a la discusión los grandes temas relativos a la comunicación y su importancia en la sociedad.

La Ley 11.652 de 7 de abril de 2008, que autorizó al Poder Ejecutivo a constituir la Empresa Brasil de Comunicación (EBC), gestora de los medios públicos, en su artículo 17, V, y el Decreto 6.689, de 11 de diciembre de 2008, que aprobó el estatuto de la empresa, en su artículo 31, X, dice que compete al Consejo Curador de la EBC encaminar al Consejo de Comunicación Social las deliberaciones tomadas en cada reunión.

En la carta programa lanzada en 2006, para el segundo mandato, en el apartado referente a la comunicación, el entonces candidato Luiz Inácio Lula da Silva prometía:

Construir un nuevo modelo institucional para las comunicaciones, con carácter democratizante y volcado al proceso de convergencia tecnológica; incentivar la creación de sistemas democráticos de comunicación, favoreciendo la democratización de la producción, de la circulación y de acceso a los contenidos por

la población y fortalecer la radiodifusión pública y comunitaria, la inclusión digital, las producciones regionales e independientes y la competencia en el sector. (Lula de Silva, 2006)

Para Bolaño (2010, p. 94), “al contrario de lo ocurrido con las políticas culturales, el gobierno de Lula poco innovó en materia de reglamentación de las comunicaciones”. Bolaño señala que “las pocas iniciativas tomadas terminaron en retroceso, exceptuando dos: la creación de la Empresa Brasil de Comunicación (EBC) y de la TV Brasil y la realización de la I Conferencia Nacional de Comunicación (Confecom), en diciembre de 2009”. En el primer caso, el mérito del gobierno fue organizar bajo la Empresa Brasil de Comunicación el sistema público de comunicación en el país, y el segundo fue, como señala Lima (2010), la realización de la conferencia de comunicación, la Confecom. La “1ª Confecom amplió de forma inédita la movilización de la sociedad civil y el espacio público de debate sobre las comunicaciones en el país”.

Para Brittos (2009):

En el primer año del mandato del gobierno Lula él siempre ensayó, yo diría así, algunos movimientos en el plan de la agenda social de la comunicación: el Consejo Federal de Periodismo, una TV digital con sistema brasileño, una ley del audiovisual y una agencia del audiovisual que diese cuenta de los grandes problemas que hay [...]. Yo creo que todo eso pasó un poco en la agenda con la ANCINE, la ANCINAV, creación del Consejo Federal de Periodismo y con el SBTVD, solo que nada de esto sucedió. La ANCINAV no fue creada, el Consejo Federal de Periodismo fue abortado también porque hubo una reacción y el Sistema Brasileño de Televisión Digital también no se desarrolló como estaba previsto. Incluso al final de la propia solución fue dada al agrado de los radiodifusores, de los empresarios. (Entrevista realizada a Valério Cruz Brittos)

La 1ª Confecom se celebró del 14 al 17 de diciembre de 2009, en Brasilia, convocada por el Gobierno Federal y promovida por el Ministerio de las Comunicaciones. El tema fue *Comunicação: Meios para a Construção de Direitos e de Cidadania*, con la participación de la sociedad civil y entidades empresariales del segmento de la comunicación, representadas por la Asociación de las Emisoras de Radio y Televisión (ABERT), Asociación Nacional de Periódicos (ANJ), Asociación Brasileña de Emisoras de Televisión de Pago (ABTA), Asociación de Periódicos y

Revistas del Interior (Adjori Brasil) y Asociación Nacional de Revistas (Aner). Estas entidades abandonaron la conferencia con el argumento de que la “defensa de los preceptos constitucionales de la libre iniciativa, libertad de expresión, el derecho a la información y de la legalidad” no eran entendidos por otros participantes. El control social de los medios de comunicación en Brasil es un tema tabú para los empresarios, que lo traducen como censura y una afrenta a la libre iniciativa (TeleSíntese, 2009).

Durante la Confecom se debatieron las comunicaciones en el país a través de diversos grupos de trabajo, reunidos en tres ejes temáticos: a) producción de contenidos, b) medios de distribución y c) ciudadanía: derechos y deberes. El resultado fue la aprobación de 663 propuestas, que tenían como objetivo guiar y ayudar en la formulación de la política nacional de comunicación (Ministerio das Comunicações, 2012). Sin embargo, nada ha cambiado en el escenario de la radiodifusión brasileña y las propuestas quedarán solamente en el papel.

En artículo publicado en *Le Monde Diplomatique*, edición Cono Sur y España, el 21 de diciembre de 2009 (con traducción para la revista *Carta Maior*), el periodista Dario Pignotti (2009) hace un balance provisional de la política de comunicación de Lula y señala que fue equivocada y que el presidente “en su primer mandato (2003-2007), impulsó la creación de un Consejo de Ética Periodística, iniciativa que archivó ante de la reacción empresarial”. Según él, “después de esa tentativa fracasada, el gobierno no ha vuelto a incomodar a las “cinco familias” propietarias de la gran prensa local hasta el fin de su primera gestión.”

Sobre el segundo gobierno de Lula, Pignotti (2009) relata que el presidente, al nombrar para el Ministerio de las Comunicaciones, a Helio Costa, experiodista de la Red Globo y radiodifusor, “[...] enviaba una señal conciliadora a los grupos privados”; sin embargo, según él, Lula “seguía una línea de acción paralela”, por ejemplo, al crear la EBC y la TV Brasil:

El generoso presupuesto y la defensa de la nueva televisión pública hecha por los parlamentarios del Partido de los Trabajadores (PT) indicaban que Lula había

decidido enfrentar a la derecha política y mediática. A la vez que medía fuerzas con la Globo -aunque no de forma abierta-, Lula aproximó posiciones con las empresas de telefonía (interesadas en participar del mercado de contenidos y disputar terreno con la Globo) y algunas televisiones privadas, como la TV Record [...]. La estrategia fue tomando contornos más firmes a finales de octubre, cuando Lula defendió, durante una ceremonia de inauguración de los nuevos estudios de la Record en Rio de Janeiro, el fin del pensamiento único capitaneado por algunos formadores de opinión (en obvia alusión a Globo) y la construcción de un modelo más plural. Días más tarde, el mismo Lula afirmaba: cuantos más canales de TV y cuanto más debate político hay, más democracia tenemos [...] y menos monopolio de comunicación. (Pignotti, 2009)

Para Rubim (2009), Lula intentó mantener una relación de cordialidad con los media en su primer mandato:

Yo creo que en un primer momento el gobierno Lula concilió demasiado, él descubrió que podría neutralizar el peso de la media, que es conservadora en Brasil, políticamente conservadora, por una relación de cordialidad con esos media, de no afrontar los intereses de ella y pensaba que con eso podría tener una relación más democrática [...]. Esa política de conciliación de Lula, en el primer momento moderada, hizo que él no tomase ninguna posición, ninguna actitud más fuerte en relación a la comunicación, que es mucho problemático, que no le hizo avanzar por lo tanto en la cuestión de la democracia en el campo específico de la comunicación [...]. En la comunicación él fingió que olvidó para exactamente mantener esa política de conciliación, de moderación, el que acontece es que la media, yo creo, no se comportó de la manera que él esperaba.

Haciendo un balance de la política de comunicación de los gobiernos de Lula (2003-2010), el profesor Venício Lima (2010) también apunta avances, retrocesos y derrotas. Lima señala que hubo esfuerzos para la elaboración de una Ley General de la Comunicación Electrónica de Masas (LGCEM) con la creación de dos comisiones: la primera, el Grupo de Trabajo Interministerial (GI), y la segunda, una Comisión Interministerial (CI); sin embargo, según el autor, las comisiones no salieron adelante y en 2010, la primera “dejó de existir, aunque nunca se había reunido”, y la segunda, “tampoco se reunió nunca”. “En junio de 2010, el presidente Lula firmó un nuevo decreto creando otra CI para elaborar un estudio y presentar propuestas de revisión del marco regulatorio de la organización y explotación de los servicios de Comunicación”.

Para Lima (2010), “el resultado público del trabajo de la nueva CI, liderado por la SECOM, se materializó en la realización del *Seminário Internacional Comunicações Eletrônicas e Convergências de Meios*”. El seminario contó con la participación, durante los días 9 y 10 de noviembre de 2010, de representantes de organizaciones internacionales, empresarios, periodistas, organizaciones no gubernamentales y representantes de movimientos sociales, entre otros actores sociales interesados en el tema de la convergencia de los medios de comunicación (Lima, 2010).

A fecha de hoy, no se ha aprobado una ley para reglamentar la comunicación de masas en Brasil y se continúa con unos media concentrados, hegemónicos y una reglamentación que no acompañó el desarrollo de los medios de comunicación en la contemporaneidad. El tema de la reglamentación de medios en Brasil es combatido duramente por las empresas de comunicación, que acusan al gobierno de querer imponer la censura y el control a los medios. Confunden la opinión pública para mantener la hegemonía de su negocio y la manutención del poder en detrimento de la diversidad y de la pluralidad.

Lima destaca incluso que “el gobierno Lula no fue capaz de implementar políticas democráticas en relación a las radios comunitarias, que continúan regidas por una legislación excluyente”. Sobre la digitalización de la televisión, él señala que “al principio contempló la participación de la sociedad civil que formaba parte del Comité Consultivo del Sistema Brasileño de Televisión Digital (SBTVD), [...] pero fue vaciado y marginalizado por el propio Ministerio de las Comunicaciones [...]”. El nombramiento para el cargo de ministro de Helio Costa presentó un retroceso y fue contestado por organizaciones de la sociedad civil involucradas en la democratización de comunicación y en el fortalecimiento de la comunicación pública en el país, que veían al ministro como un representante de los radiodifusores (Lima, 2010).

En noviembre de 2003, el presidente Lula firmó el Decreto Presidencial nº4.901, creando el Comité de Desarrollo del Sistema Brasileño de Televisión Digital (SBTVD) como responsable de los estudios que definirían el estándar digital que

sería adoptado en el país. El objetivo del Sistema Brasileño de TV Digital (SBTVD), de acuerdo con el decreto es:

- I. Promover la inclusión social, la diversidad cultural del país y la lengua patria por medio del acceso a tecnología digital, pretendiendo la democratización de la información;
- II. Propiciar la creación de la red universal de educación a distancia;
- III. Estimular la investigación y el desarrollo y propiciar la expansión de tecnologías brasileñas y de la industria nacional relacionada a la tecnología de información y comunicación;
- IV. Planear el proceso de transición de la televisión analógica a la digital, de forma que se garantice la gradual adhesión de los usuarios a costes compatibles con su renta;
- V. Viabilizar la transición del sistema analógico al digital, posibilitando a las concesionarias del servicio de radiodifusión de sonidos e imágenes, si fuera necesario, el uso de banda adicional de radiofrecuencia, observada la legislación específica;
- VI. Estimular la evolución de las actuales explotadoras del servicio de televisión analógica, así como el ingreso de nuevas empresas, propiciando la expansión del sector y posibilitando el desarrollo de numerosos servicios decurrentes de la tecnología digital, conforme legislación específica;
- VII. Establecer acciones y modelos de negocios para la televisión digital adecuados a la realidad económica y empresarial del país;
- VIII. Perfeccionar el uso del espectro de radiofrecuencias;
- IX. Contribuir a la convergencia tecnológica y empresarial de los servicios de comunicaciones;

- X. Perfeccionar la calidad de audio, vídeo y servicios, consideradas las actuales condiciones del parque de receptores instalado en Brasil; e
- XI. Incentivar la industria regional y local en la producción de instrumentos y servicios digitales.

Como podemos observar, el decreto no hace referencia directa a la televisión pública; sin embargo, habla de inclusión social, diversidad cultural y democratización de la información, conceptos clave para la televisión pública. En 29 de junio de 2006, se publicó el Decreto 5.820, que definió el régimen de transición de la televisión analógica al sistema digital y estableció un plazo de 10 años para el apagón analógico en el país, el *switch off*. El nuevo decreto introduce una innovación, la creación de cuatro canales digitales para ser explotados directamente por la Unión Federal. Uno de estos canales se destinó en 2007 a la televisión pública, la TV Brasil. Los otros canales son:

1. Canal de la educación: de responsabilidad del Ministerio de la Educación;
2. Canal de cultura: de responsabilidad del Ministerio de Cultura; y
3. Canal de la ciudadanía: de responsabilidad del Ministerio de las Comunicaciones.

El gobierno del presidente Lula adoptó el estándar SBTVD inaugurado en diciembre de 2007, basado en el ISDB-T (*Integrated Services Digital Broadcasting Terrestrial*), desarrollado por la NHK, empresa pública de televisión japonesa. Tres modelos se disputaban la implantación del estándar de TV digital en Brasil: el americano, el europeo y el japonés. Este último era el preferido de las empresas de televisión brasileña.

Para Cruz (2008):

La decisión sobre el estándar de TV digital fue una victoria del poder político de las emisoras de televisión sobre el poder económico de las empresas de telecomunicaciones. Por primera vez, las grandes redes de TV se encontraron en una posición frágil, con su hegemonía amenazada por la globalización y por la convergencia. Una vez más vencieron, echando mano de la fuerza política en un año electoral y posponiendo por algún tiempo la invasión de su mercado. (Cruz, 2008, p. 15)

La elección del modelo de TV digital brasileña en 2006 se hizo cuando el presidente Lula disputaba su reelección para un segundo mandato y enfrentaba una crisis política, el “escándalo de Mensalão²⁰”, que haría según Bolaño, “que la balanza se inclinara definitivamente del lado de los radiodifusores, con el nombramiento de un nuevo ministro, Helio Costa” (Bolaño, 2007, p. 81). En la misma línea de pensamiento de Bolaño, Lima (2010) señala que con el nombramiento de Helio Costa para ministro de las Comunicaciones, el Comité Consultivo del SBTV “[...] fue siendo vaciado y marginalizado por el propio ministro de las Comunicaciones y los representantes de la sociedad civil fueron perdiendo la voz hasta que, en la decisión final, no tuvieran cualquier interferencia”. El autor también señala que:

Dos años y siete meses después de la creación del SBTV, un nuevo decreto altera radicalmente la política anterior. El Decreto nº 5.820 de 29/06/2006 –a pesar de crear un canal ‘de cultura’, destinado a la transmisión de producción cultural y programas regionales, y un canal ‘de ciudadanía’ para transmisión, entre otros, de programas de comunidades locales– atendió directamente a los grupos dominantes de los media, en especial a los radiodifusores. A ellos interesaba garantizar la comercialización de sus contenidos directamente a los usuarios de la telefonía móvil, sin depender de la intermediación de las empresas de telefonía. Pero sobretodo, interesaba evitar la oportunidad histórica de ampliación del número de concesionarios de televisión en el país. (Lima, 2010)

En 2007, durante la celebración del I Foro Nacional de Televisión Pública en Brasilia, con el objetivo de hacer un diagnóstico sobre la Televisión Pública en el país, como se abordará más adelante, el grupo temático de migración digital, coordinado por el exdirector de periodismo de la Radiobrás, José Roberto Garcez (2007) señala que:

²⁰ El escándalo político denominado “escándalo de Mensalão” fue la mayor crisis política enfrentada por el presidente Lula. El partido del presidente, el PT, fue denunciado por pagar valores mensuales a parlamentarios a cambio de apoyo político al gobierno. La investigación llevó a varios miembros históricos del PT a la cárcel, entre estos, el exministro-jefe de la Casa Civil, José Dirceu; el presidente del partido, José Genuino y el tesorero del partido, Delúbio Soares, además de varios parlamentarios.

[...] la migración no puede ser factor de profundización de la exclusión digital/social. Por el contrario: cabe a la televisión pública contribuir para integrar a la mayoría de la población en los beneficios de la tecnología, así como eliminar las diferencias de acceso a la capacidad de producción de contenidos. Por su complejidad, la migración digital debe hacerse con atención a todos los aspectos, especialmente a causa de las diferencias existentes entre los diversos tipos de emisoras públicas. (Garcez, 2007, p. 59)

En febrero de 2009, el gobierno editó la Portaria nº 24 aprobando la Norma General para la Ejecución de los Servicios de Televisión Pública Digital. El objetivo de la Norma fue reglamentar la operación compartida de los canales que serían utilizados por la Unión para la explotación de los Servicios de Televisión y de Retransmisión de Televisión Pública Digital, en el ámbito del Sistema Brasileño de Televisión Digital Terrestre (SBTVD-T). El documento definió:

- ↪ **Estación Reforzadora de Señal** – Es la estación destinada a mejorar la recepción de la señal de la estación generadora o retransmisora de televisión digital terrestre en el área de sombra en el interior de su contorno de servicio;
- ↪ **Interactividad** – es la funcionalidad de un determinado medio que proporciona al telespectador la posibilidad de actuar sobre el contenido o la forma de comunicación accesible localmente o mediante canal de retorno para la emisora de televisión pública digital;
- ↪ **Multiprogramación** – es la transmisión simultánea de varios programas dentro de un mismo canal de 6 MHz;
- ↪ **Multiservicios** – es la oferta de servicios provenientes de la convergencia de medios, tales como vídeo, audio y datos, en un mismo canal consignado;
- ↪ **Operador de Red de Televisión Pública Digital** – es la entidad encargada del transporte de las señales de radiodifusión pública producidas, generadas o retransmitidas por los consignatarios y destinados a los telespectadores;
- ↪ **Plataforma Única y Integrada de Multiservicios y Multiprogramación** – infraestructura común y compartida

capaz de posibilitar la oferta de multiservicios y multiprogramación;

- **Retransmisora de Televisión Pública Digital** – es el conjunto de receptores y transmisores, incluyendo equipamientos y accesorios, capaz de captar señales de sonidos e imágenes y retransmitirlos, así como de insertar programación local para la recepción por el público en general; y
- **Servicio de Televisión Pública Digital** – es el servicio de televisión digital explotado directamente por la Unión o mediante concesión a una entidad de la administración indirecta federal.

El modelo japonés elegido por el Comité para desarrollo del Sistema Brasileño de Televisión Digital (SBTVD) agradó a las empresas de televisión brasileña, que no querían disputar el mercado con las operadoras de telefonía, que preferían el modelo europeo, lo que para Cruz (2008) se trataba de una media verdad, pues había otros interés en juego.

En Brasil, la explicación de que las grandes redes prefieren el modelo japonés a los demás porque permite transmitir la señal para celulares dentro del canal de TV, evitando la entrada de las operadoras de celulares en el negocio, es solo una media verdad. Al exigir el estándar japonés, con alta definición, las emisoras buscan garantizar un nuevo canal de 6 MHz en la transición, evitando lo que aconteció en Europa, donde la opción por la multiprogramación (varios programas simultáneos de resolución normal en un único canal) permitió que los gobiernos abriesen espacio para el aumento de la competición en el mercado televisivo, dando a las emisoras menos que un canal entero para la transmisión digital y subastando nuevas franjas del espectro. (Cruz, 2008, pp. 116-117)

El gobierno del presidente Lula en su primer mandato (2003-2006), según Torres señala, repitió lo que los gobiernos anteriores habían hecho y entregó a políticos emisoras de radio y televisión; “[...] fueron aprobadas 110 emisoras educativas –29 televisiones y 81 radios–, siendo por lo menos siete concesiones de televisiones y 27 de radio para fundaciones ligadas a políticos” (Torres *apud* Lobato, 2009, p. 31).

“Los principales grupos empresariales que existían y aún existen en los media brasileña son multimedia, basados en la propiedad cruzada” (Lima, 2010).

Sobre la motivación del presidente Lula para crear la televisión pública en su segundo mandato, Ramos señala que,

[...] proponer en aquel momento la creación de una televisión pública es hasta hoy objeto de indagaciones académicas y políticas; mi convicción es que él, después del primero mandato, que había mantenido o que acreditaba una relación equilibrada con las empresas de comunicación, en especial con las de radiodifusión, salió del proceso de 2006 convencido de que era una vez más víctima de críticas injustas y prejuicios por parte unos media partidarios, alineados con la oposición”. (Ramos, 2012, p. 8)

En la misma línea de pensamiento de Ramos (2012), Dantas (2014) señala que “[...] Solamente en el final de su segundo mandato, quizás molesto por la feroz oposición que sufría de los conglomerados mediáticos, el gobierno se atrevió a dar algunos pasos, entre ellos la creación de la EBC como la emisora “pública brasileña” (Dantas, 2014, p. 47).

Según Valente (2009), con la victoria de los radiodifusores en la elección del modelo japonés para la TV digital en Brasil, el Ministerio de la Cultura empezó junto con la Radiobrás y las emisoras educativas, legislativas, comunitarias y universitarias, diálogos y estudios sobre los desafíos de las emisoras no comerciales. “Esta articulación resultó en la creación de un espacio institucional de debate sobre el tema: el Foro Nacional de TVs Públicas” (Valente, 2009, p. 119). Según Badillo y Marengi (2011, p. 32) la lucha por el estándar tecnológico se trató de “una batalla al mismo tiempo política y económica”.

Apuntado como uno de los principales avances del segundo gobierno de Lula en el campo de la comunicación, la creación de la EBC/La TV Brasil estará marcada por un intenso debate entre las fuerzas políticas y el gobierno. En ese proceso, los media no va a estar fuera, ya que en la construcción de ese nuevo escenario en la radiodifusión pública en Brasil estarán en juego los intereses políticos y económicos de los radiodifusores. Las organizaciones sociales cuestionaron el modelo de gestión

de la empresa pública, con una fuerte presencia del gobierno en el nombramiento de los principales cargos ejecutivos de la empresa. La creación de la TV Brasil es apuntada como una reacción del Presidente Lula a la cobertura periodística de los principales medios de comunicación en las elecciones de 2006, cuando fue candidato a la reelección. El I Foro Nacional de TVs Pública, como veremos más adelante, marcará el inicio de la construcción del sistema público de comunicación por Gobierno Federal y la oposición política a que sea aprobada la legislación que crea el sistema de medios públicos.

5.1 I Foro Nacional de TVs Públicas

El I Foro Nacional de TVs Públicas, realizado durante los días 8, 9, 10 y 11 de mayo de 2007, coordinado por el Ministerio de la Cultura a través de la Secretaría de Audiovisual y el Gabinete de la Presidencia de la República, movilizó a 250 generadores y programadores de TVs públicas, a entidades como la Asociación Brasileña de las Emisoras Públicas Educativas y Culturales (ABEPEC), la Asociación Brasileña de las Televisiones Universitarias (ABTU), la Asociación Brasileña de Televisión y Radios Legislativas (ASTRAL) y Asociación Brasileña de Canales Comunitarios (ABCCOM), y organizaciones no gubernamentales como el Foro Nacional por la Democratización de la Comunicación (FNDC), activistas y miembros de la sociedad civil y del gobierno.

Para el exministro de la Cultura Gilberto Gil, “comprender mejor los desafíos de la televisión pública brasileña en un contexto de revolución digital y profundización de la democracia está entre los mayores objetivos de este I Foro Nacional de TVs Públicas” (Gil, 2006, p. 5).

Durante los preparativos para el I Foro Nacional de TVs Públicas, las entidades que representan a las emisoras del campo público de la comunicación elaboraron un

diagnóstico de las emisoras a las que representan a partir de un guión propuesto por el Ministerio de la Cultura, dando origen a los documentos *Caderno de Debates Volume I, Diagnóstico do Campo Público de Televisão (2006)* y *Caderno de Debates Volume II, Relatório dos Grupos Temáticos de Trabalho (2007)*, elaborado por ocho grupos temáticos entre técnicos del gobierno, organizaciones de sociedad civil y de las emisoras del campo público, que presentaron las principales ideas sobre la radiodifusión pública en el país (Ministerio da Cultura, 2006 y 2007).

El Foro terminó con la entrega al presidente Luiz Inácio Lula da Silva del “*Manifiesto por la TV Pública Independiente y Democrática*”, la llamada “Carta de Brasilia” (Anexo 1). Leída en público por el presidente de la ABEPEC, Jorge da Cunha Lima, la Carta de Brasilia estaba firmada por los representantes de las emisoras públicas, educativas, culturales, universitarias, legislativas y comunitarias, activistas de la sociedad civil y militantes de los movimientos sociales, profesionales de la cultura, cineastas, productores independientes, comunicadores, académicos y telespectadores, que señalan en el documento que “el Campo Público de la Televisión recibe positivamente la creación e inserción de una TV Pública organizada por el Gobierno Federal, a partir de la fusión de las instituciones integrantes del campo público y promotoras del evento”.

Ilustración 9: Presidente de la ABPEC, Jorge da Cunha Lima, leyendo la *Carta de Brasilia*



Fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=gTgeOMWvpwM>

Para el Ministerio de la Cultura²¹, la *Carta de Brasilia*, tras las “recomendaciones estratégicas para el planeamiento de las políticas volcadas para la construcción y desarrollo de un sistema de comunicación e información en el país, por medio de la articulación entre las emisoras públicas de la televisión”.

Al recibir la *Carta de Brasilia* del entonces Ministro de la Cultura, Gilberto Gil, el presidente Lula²² se comprometió a implantar la emisora pública de televisión y encargó al ministro-jefe de las Comunicaciones, Franklin Martins, la tarea de organizar un grupo de trabajo para debatir con la sociedad, representantes del segmento de la comunicación y especialistas los primeros pasos en la construcción del Sistema Público de Comunicación organizado por el Gobierno Federal.

²¹ Información obtenida de la página web del Ministerio de Cultura, *Foro debate o futuro da comunicação no país*, www.cultura.gov.br Acceso el 20 de abril de 2015.

²² El discurso completo del presidente Luiz Inácio Lula da Silva en la clausura del I Foro Nacional de TVs Públicas está disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=gTgeOMWvpwM>. Acceso el 12 abril de 2015.

En la construcción del sistema público de comunicación y la implantación de la TV Brasil, según Ramos (2012), la tarea fue entregada inicialmente al ministro de las Comunicaciones, Helio Costa, “que empezó a moverse para llevar adelante la determinación presidencial”. Pero, como señala el autor, el “ministro de las Comunicaciones no tenía la confianza del llamado campo público de la radiodifusión y mucho menos del movimiento social por la democratización de la comunicación”. Ramos cita las dos entidades más representativas de ese movimiento, el Foro para la Democratización de la Comunicación (FNDC) y el coletivo Intervezes, entidades que actuaron y colaboraron activamente en I Foro Nacional de TVs Pública. Helio Costa, como ya se señalado en esta tesis, fue señalado durante el proceso de elección del modelo de la TDT en Brasil como representante de los intereses de las empresas de radiodifusión comercial. Todo eso justificó la entrada en el proceso de implantación de la televisión pública del ministro-jefe de la Secretaría de Comunicación Social, Franklin Martins. “Martins se convertiría en el efectivo conductor del proceso que llevaría a la creación de la EBC [...]” (Ramos, 2012, pp. 17-18).

El presidente señaló en la clausura del Foro que iba a convocar el Consejo Político, que reúne a los líderes de los partidos políticos de la base aliada, para decidir cuál era el mejor instrumento jurídico para la creación de la emisora pública, si una Medida Provisoria o un Proyecto de Ley. La Medida Provisoria es un acto normativo con fuerza de ley adoptada por el presidente de la Republica y prevista en la Constitución Federal en su artículo 62, que dice que:

En caso de relevancia y urgencia, el presidente de la República podrá adoptar medidas provisionales con fuerza de ley, debiendo someterlas de inmediato al Congreso Nacional que, estando en receso será convocado extraordinariamente para reunirse en un plazo de cinco días. Párrafo Único: Las medidas provisionales pierden la eficacia, desde la edición, si no fueren convertidas en ley en el plazo de treinta días, a partir de su publicación, debiendo el Congreso Nacional disciplinar las relaciones jurídicas de ella decurrentes. (Brasil, Constitución Federal, 1988)

Sobre la creación de la TV Pública, el presidente Lula da Silva dijo que “[...] mucho más que un gobierno que quiere es la sociedad brasileña que necesita de una red pública de comunicación”. Aun justificando la necesidad de una televisión pública, el

presidente señaló que como ciudadano sentía la ausencia en la televisión brasileña, con excepción de programas como *Canal Livre*, en la TV Bandeirantes y *Roda Viva*, en la TV Cultura, de debates sobre los grandes temas importantes para el país. Para el presidente, la TV Pública “es para competir con las otras emisoras con calidad y profesionalismo y que la gente se sienta feliz de ver”. Lula destacó además la importancia de “implementar la TV pública cuando también está empezando la TV digital”. Sin embargo, para Lopes (2015), al optar por crear la televisión pública el presidente no implantó ninguna reforma en la legislación, aunque el momento fuese oportuno con la implantación de la TV Digital en el país, y mantuvo la situación establecida en la radiodifusión. “Al adoptar la opción de instituir la EBC/La TV Brasil como medida puntual, el Gobierno Federal evitó confrontar los intereses locales y regionales de los concesionarios educativos” (Lopes, 2015, p. 14).

Ilustración 10: Presidente Lula en el I Foro Nacional de TVs Públicas



Fuente: memoria.ebc.com.br/agenciabrasil/galeria/2007-05-11/11-de-maio-de-2007

El grupo técnico responsable de la elaboración de los primeros estudios sobre la emisora pública fue coordinado por Delcimar Pires, exasesor del secretario particular del presidente Lula; el entonces ministro Gilberto Carvalho; representantes del Ministerio de la Cultura, el cineasta Orlando Senna, Mario Borgneth y Leopoldo Nunes; de la TV Educativa de Rio de Janeiro, Beth Carmona y Rosa Crescente; de la Radiobrás, el profesor Eugenio Bucci y José Roberto Garcez y los asesores de los exministros Franklin Martins y Dilma Rouseff, Eduardo Costa y André Barbosa respectivamente (EBC, 2010).

El 10 de octubre de 2007 se presentó al presidente de la República la exposición de motivos EMI nº4/SECOM-PR/CCivil/MP (Subchefia para Assuntos Juridicos, 2007) del proyecto de la Medida Provisoria. La exposición de motivos estaba firmada Franklin de Souza Martins, ministro jefe de la Secretaría de Comunicación Social de la Presidencia de la República; Dilma Rouseff, ministra del Estado Jefe de la Casa Civil de la Presidencia y el ministro de Estado del Planeamiento, Presupuesto y Gestión, Paulo Bernardo Silva. Los ministros justificaban en la Exposición de Motivos que:

La creación de una televisión pública de ámbito nacional responde a los deseos de la sociedad brasileña [...] y significa la respuesta a una necesidad cultural que actualmente no es cubierta por los sistemas estatal y privado de comunicación y que solamente podría ser ocupada por una red pública de comunicación [...]. La relevancia y urgencia de la propuesta se encuentran presentes en la necesidad de establecer las bases materiales para el sistema que complementa al sistema privado de servicios de radiodifusión, previsto en el art. 223 de la Constitución, y asegurar una nueva forma de prestación de servicios de comunicación a la sociedad, con autonomía editorial en relación al Gobierno Federal y diversidad en los abordajes educativo, cultural, artístico, informativo, científico y de promoción de la ciudadanía, y así contribuir a que sea viable inicio de las transmisiones de la televisión digital en el país, previsto para el próximo mes de diciembre. (Subchefia para Assuntos Juridicos, 2007)

5.2 La Medida Provisoria 398/2007: el enfrentamiento político

La Medida Provisoria (MP) 398 fue firmada por el presidente Luiz Inácio Lula da Silva el 10 de octubre de 2007 y publicada en el Diario Oficial de la Unión al día siguiente. La MP “instituye los principios y objetivos de los servicios de radiodifusión pública explotados por el Poder Ejecutivo Federal u otorgados a entidades de su administración indirecta, autoriza al Poder Ejecutivo a constituir la Empresa Brasil de Comunicación (EBC)”. Empezaba el proceso de debates y negociación política para la aprobación de la Medida Provisoria entre los parlamentarios aliados al gobierno, parlamentarios de la oposición y dirigentes de la TV Brasil, que buscaban el consenso para la aprobación de la MP.

Como ya esperaba el Gobierno Federal, la publicación de la MP generó reacciones en cuatro direcciones distintas: en la propia opción por el encaminamiento vía Medida Provisoria; en la vinculación de la empresa a la Secom y en la composición del Consejo de Administración; en la permisión de publicidad institucional; y en la forma de indicación del Consejo Curador. (Valente, 2009, p. 129)

La opción del Gobierno por una medida provisoria y no por un proyecto de ley fue cuestionada por políticos de partidos de oposición. El Partido Demócrata (DEM) presentó en el Supremo Tribunal Federal el 30 de noviembre de 2007 una Acción Directa de Inconstitucionalidad (ADI 3994/DF)²³, con la solicitud de concesión de medida cautelar señalando la “ausencia de presupuesto de urgencia y relevancia” de la medida provisoria, condición prevista en la Constitución Federal para que el presidente de la República pueda editar una MP. Para el DEM, la MP 398 es contraria a varios artículos de la Constitución Federal (art. 246, el 62, párrafo 1º, inciso I, d); art. 37, inciso XXI; y art. 5º, XXXVI), además de que:

²³ Información disponible en:
<http://www.stf.jus.br/portal/geral/verPdfPaginado.asp?id=341685&tipo=TP&descricao=ADI%2F3994>>
Acceso el 25 de abril de 2015.

El régimen jurídico relativo a la prestación del servicio de radiodifusión fortalece mucho, sin sobresaltos, en la realidad brasileña. Su adecuado funcionamiento, sin mayores dificultades o crisis, en el sector, no indica y –parece evidente– la presencia de los presupuestos de urgencia y relevancia que informan el instrumento de la medida provisoria. (ADI 3994, p. 3)

Para el diputado Eduardo Sciarra, del Partido Demócrata:

[...] El control de la información y de la comunicación siempre fue –y continúa siendo– ambición prioritaria del gobierno con tendencias antidemocráticas. Por eso, nosotros, demócratas, nos oponemos tenazmente a la Medida Provisoria 398, de 2007, que instituye la Empresa Brasileña de Comunicación, la televisión estatal del poder Ejecutivo, vinculada a la Secretaría de Comunicación Social de la presidencia de la República, vulgarmente TV de Lula. No es hoy que el Gobierno Lula maniobra para restringir el libre ejercicio del derecho constitucional de los medios y profesionales de comunicación de investigar y criticar a los dueños del poder. [...] Los defensores de la TV de Lula engañan al país cuando señalan que será tan libre de presiones políticas ideológicas oficialistas como la venerada BBC de Londres. Es mentira, en el caso de la BBC, sus consejeros, nombrados por la reina, necesitan ser aprobado por una agencia independiente –el *Office of the Commissioner for Public Appointments*–, responsable del análisis de los nombramientos en órganos públicos, además de tener que prestar cuentas de su gestión directamente al Parlamento. En contraste, los colegiados de la TV de Lula serán designados por ministros del Estado y por el presidente de la República. Su Consejo Curador, encargado de aprobar la política de comunicación y opinar sobre el contenido de los programas, se compone de cuatro ministros del Gobierno. Además, todos los miembros de los Consejos de Administración y Fiscal, así como los de la Dirección Ejecutiva, serán nombrados por criterios exclusivos del presidente, sin ninguna participación del poder legislativo²⁴.

En pronunciamiento en el Senado Federal el 22 de octubre de 2007, el senador Papaléo Paes, del Partido de la Social Democracia Brasileña (PSDB), acusa al presidente de abusar del recurso de la medida provisoria al señalar que:

Afrenta, señoras y señores senadores, de no menor gravedad es el uso de medida provisoria para crear la TV Pública. Se evidencia, una vez más, que el gobierno Lula no tiene el menor pudor en abusar constantemente de ese instrumento excepcional, para cuya adopción la Carta Magna establece como requisitos la relevancia y la urgencia. Cabe incluso entender como muy relevante la discusión acerca de la creación de la TV pública en vista de sus significativas repercusiones políticas, sociales y fiscales. ¿Dónde se puede vislumbrar, con todo, la urgencia de la medida? ¿Cómo puede el gobierno pretender caracterizar como urgente la creación de una

²⁴ Información obtenida de:
www.camara.gov.br/internet/sitaqweb/TextoHTML.asp?etapa=3&nuSessao=348.1.53.O&nuQuarto=22&nuOrador=1&nuInsercao=0&dtHorarioQuarto=14:42&sgFaseSe Acceso el 11 de abril de 2015.

TV? Exactamente, Sr. Presidente, porque la discusión es relevante, pero no urgente, la iniciativa así podría haber sido vehiculada en proyecto de ley²⁵.

En su discurso en la cámara, durante la votación de la enmienda, el también diputado del DEM Onyx Lorenzoni, señaló que:

[...] Las TVs públicas no pueden ser controladas por el gobierno. Los ejemplos que existen en todos el mundo hablan de TVs públicas controladas por el público con independencia financiera y administrativa en relación al gobernante de turno, con amplio y profundo control social, con intereses plurales en la presentación de la respectiva programación. [...] La Medida Provisoria n° 398, de la TV de Lula, pretende crear una TV para el presidente. Primero, no hay independencia financiera de la Empresa Brasil de Comunicación, es el Gobierno Federal, el Poder Ejecutivo, el que va tener 51% de las acciones. ¿Quién es el que manda? Es quien paga la cuenta. Y quien paga la cuenta es el Gobierno Federal. [...] Para completar, apenas para traer el asunto a debate de manera anticipada, para que se pueda reflexionar sobre él, el presidente puede hasta decir que no quiere el tercer mandato, pero el instrumento para llegar allá está aquí: la TV de Lula, que va a comprar, pagar y usar dinero público para hacer aquello que ni siquiera Chavez tuvo el coraje de hacer. El Chavez casó la concesión. Lula ya está creando la propia red.

Las críticas a la creación de la TV Brasil fueron rebatidas por el vicelíder del gobierno en la Cámara de los Diputados, Beto Albuquerque, del partido Socialista Brasileño (PSB), que en pronunciamiento en la Cámara de los Diputados señaló que “la TV Pública no es una emisora para aplaudir a gobierno ninguno, sino para ofrecer al ciudadano otras alternativas en *prime time* que no se la repetición de la competición comercial que existe hoy”.

Para los parlamentarios de la oposición, el presidente debería haber enviado el proyecto de creación de la TV Pública a través de un Proyecto de Ley²⁶, lo que resultaría en un tiempo mayor para que el proyecto pudiese ser discutido. Valente

²⁵ Información obtenida de: www.senado.leg.br/atividade/pronunciamento/defTexto.asp?t=370646. Acceso el 11 de abril de 2015.

²⁶ El proyecto de ley tiene su origen tanto en una iniciativa popular como en el judicial o en el ejecutivo. El trámite puede iniciarse tanto en la Cámara de los Diputados como en el Senado Federal y debe ser discutido y relatado en comisiones tanto en la Cámara de los Diputados como en el Senado Federal antes de la votación en el plenario, para después seguir hasta la sanción del presidente.

(2009), señala que fue el diputado del partido del presidente Fernando Ferro quien explicó lo que él considera el motivo real de que el proyecto fuera tramitado a través de una medida provisoria: “Si esto se realiza con un proyecto de ley, probablemente en el siglo 23 tendríamos esa televisión. Aquí existe un feudo, aquí en esta sala misma existen parlamentarios que son dueños de televisión”. La reunión según Valente era “entre la dirección de la nueva empresa y la Frente Parlamentario de Radiodifusión”. La tramitación de los proyectos de ley llega a extenderse durante más de 10 años en la Cámara de los Diputados y lo mismo podría acontecer con la televisión pública. Todo es una cuestión de interés dentro del juego político (Valente, 2009, pp. 129-130).

La medida provisoria, debido a su carácter de urgencia, es remite a apenas una comisión, la Comisión Mixta de Diputados y Senadores, para su análisis y la emisión de parecer antes de la votación, siendo dispensada de los debates en las comisiones temáticas. La votación de la medida provisoria tiene lugar primero en la Cámara de los Diputados y después en el Senado Federal. Si no es votada en un plazo de 45 días después de publicada, la MP entra en régimen de urgencia y cierra la pauta impidiendo todas las deliberaciones legislativas y pasando a ser incluida en primer lugar en el orden de votación del día, de acuerdo con el Regimiento Interno del Senado Federal (Balera, 2009).

La urgencia en crear la TV pública a través de una medida provisoria era justificada por el gobierno, por otra parte, por la inseguridad que la demora podría causar para los empleados de la Radiobrás, que serían absorbidos en la formación de la nueva empresa pública, además de que la TV Brasil debería estrenar en la misma fecha de la implantación de la televisión digital terrestre en Brasil, que estaba programada para el mes de diciembre.

Durante los seis meses de tramitación de la medida, los dirigentes de la EBC participaron en decenas de debates en el campo de la sociedad y comparecieron en diversas audiencias públicas en comisiones de la Cámara y del Senado. En todos estos debates, la cuestión del “chapabranquismo” y de la independencia en relación al gobierno fue dominante, restando poco espacio para la discusión de aspectos como

la financiación, el funcionamiento del Consejo Curador o la programación. (EBC, 2010, pp. 44-45)

La TV Brasil pasó a ser llamada de “TV de Lula, Lula News y la TV Chapa-Blanca”. Los parlamentarios de la oposición cuestionaban la creación de una nueva emisora de televisión por el Gobierno Federal y decían que la emisora sería utilizada por el presidente para hacer campaña para un tercer mandato. La reacción contra la Televisión Pública también vino de la prensa: casi dos años después de que la TV entrara en funcionamiento, el periódico *Folha de São Paulo* (2009) llegó a defender en un editorial publicado el 31 de julio de 2009 el cierre de la emisora pública, señalando que la empresa era “una percha de empleo y un fracaso retumbante en la audiencia”.

Para Bolaño:

Esa es una alegación sin sentido, [...] porque en realidad no es línea de audiencia y aunque fuera una línea de audiencia el pueblo brasileño tiene derecho de tener información. Yo hago la comparación con las TVs legislativas –nadie ve una TV legislativa el tiempo todo–. La TV legislativa es aburrida, ¿no? Porque es una cámara fija filmando la sesión plenaria, entonces yo nunca la veo, pero de vez en cuando la veo porque interesa. Tiene que tener. Porque es obligación del Estado mostrar debates y mostrar qué está pasando. Las personas tienen derecho de ir allí. Lo absurdo es que usted no tiene por qué tener eso por ley obligatoriamente [...] Es preciso entender la comunicación no simplemente como un negocio, es preciso entender la comunicación como servicio público, como derecho de la ciudadanía. (Entrevista realizada a César Bolaño)

En otra reacción de la oposición, una noticia publicada también en el periódico *Folha de São Paulo* (2007), señala que el presidente del Partido de la Social Democracia Brasileña (PSDB), Tasso Jereissati, indicó al entonces Ministro de la Hacienda, Guido Mantega, que el partido solo votaría a favor de la enmienda de prorrogación de la Contribución Provisoria sobre Transacciones Financieras (CPMF), si el gobierno abdicaba de la TV Brasil, para probar su disposición a contener los gastos públicos. El Gobierno pretendía prorrogar la recaudación del impuesto hasta 2011, pero fue derrotado en votación en el Senado Federal el 13 de diciembre de 2007,

con 45 votos contra y 34 a favor. Sin la extensión del plazo de la recaudación de la CPMF, el gobierno dejó de recaudar cerca de 40 billones anuales (Azevedo, 2007).

Para la ex directora-presidente de la EBC, Tereza Cruvinel:

Raramente una institución pública, su proyecto y sus dirigentes fueron tan violentamente atacados como la EBC/La TV Brasil a lo largo del cuatrienio. Los intolerantes fueron ayudados por la poca información, entre nosotros, sobre el papel de la comunicación pública en las democracias. Ni por eso flojeamos. (EBC, 2010, p. 13).

La creación de la EBC y de la TV Brasil fue defendida por varias entidades de la sociedad civil. La lucha por el fortalecimiento de la comunicación pública en Brasil es anterior al I Foro Nacional de Televisión Pública. Un día antes de la aprobación de la MP 398, el 18 de febrero de 2008, en la Cámara de los Diputados, un grupo de artistas, cineastas y representantes de entidades de la cultura y profesionales de la radiodifusión se reunieron para hacer un manifiesto por la aprobación de la Medida Provisoria. En otro manifiesto, *TV Pública: uma Necesidade Democrática*²⁷, 19 entidades²⁸ resaltaron la importancia de la Empresa Brasil de Comunicación “para la democracia brasileña y su necesidad para la consolidación de la comunicación como derecho social y humano”. Las entidades defendían la aprobación de la Medida Provisoria y repudiaban las tentativas de descalificación de la televisión pública. Además, reivindicaban “mejoras en la gestión, programación y financiación para perfeccionar el carácter público de la EBC y de la TV Brasil”. Esas mejoras, según el

²⁷ Información obtenida de: <http://fndc.org.br/clipping/entidades-divulgam-manifesto-em-favor-da-tv-brasil-228662> Acceso el 19 de abril de 2015.

²⁸ FNDC - Foro Nacional por la Democratización de la Comunicación, MNDA - Movimiento Nacional de Derecho Humano, Fenaj - Federación Nacional de los Periodistas, CUT - Central Única de los Trabajadores, CFP- Consejo Federal de Psicología, ABCCOM- Asociación Brasileña de Canales Comunitarios, CDHM- Comisión de Derechos Humanos y Minorías de la Cámara de los Diputados, Subcomisión de TV y Radiodifusión de la Comisión de Ciencia, Tecnología, Comunicación e informática, Intervezes- Colectivo Brasil de Comunicación Social, FITERT- Federación Inter estadual de los trabajadores en empresas de Radio y Televisión, LAPCOM-Unb- Laboratorio de pesquisa en comunicación de la Universidad de Brasilia, ABRAÇO- Asociación Brasileña de las Radios Comunitarias, Procuraduría Federal de los Derechos del Ciudadano del Ministerio Público Federal, AMARC-Brasil- Asociación Mundial de las Radios Comunitarias, ENECOS- Ejecutiva Nacional de los Estudiantes de Comunicación, MST- Movimiento de los Trabajadores Sin Tierra, ARPUB- Asociación de Radios Públicas de Brasil, Campaña quién financia la baixaria es en contra de la ciudadanía y la OAB- Orden de los Abogados de Brasil.

documento, deben estar basadas en las contribuciones formuladas por la sociedad civil, movimientos sociales, investigadores y trabajadores de la comunicación. Por fin, dicen en el documento, que “están movilizados para defender la implantación de la TV Pública brasileña”.

Según Lobato (2007):

Desde dirigentes de las TVs públicas estatales hasta gobiernos de la oposición presionan a favor de la aprobación de la MP 398, que creó la EBC (Empresa Brasil de Comunicación), la TV Pública de Lula. Ellos ven el modelo de gestión propuesto para la TV Brasil como un ejemplo que debería ser adoptado por los gobernadores [...].

El entonces ministro jefe de la Secretaría de la Comunicación, Franklin Martins, las periodistas Helena Chagas, directora de Periodismo de la EBC y Tereza Cruvinel, directora-presidente de la EBC, y otros directores de la empresa pública, participaron en una audiencia pública en el Senado, en la Comisión de Educación y Cultura, y en la Cámara de los Diputados, en la Comisión de Ciencia y Tecnología, Comunicación y Informática para defender la aprobación de la Medida Provisoria. La audiencia en la Cámara de los Diputados atendía al requerimiento (Nº 95/2007) del relator de la MP en la Cámara, el diputado del Partido de los Trabajadores por el Estado de la Bahía, Walter Pinheiro. Para la audiencia fueron convocados 20 representantes del segmento de la radiodifusión²⁹; comparecieron 15 entre representantes de la EBC, universidades, entidades de la sociedad civil y diputados.

²⁹ Estuvieron presentes en la audiencia, Franklin Martins, ministro-jefe de la Casa Civil de la Presidencia de la República; Tereza Cruvinel, directora-presidente de la EBC; Juca Ferreira, secretario ejecutivo del Ministerio de la Cultura; Marcelo Bechara de Souza Hobaika, consultor jurídico y representante del Ministerio de las Comunicaciones; Ara Apkar Minassian, superintendente de los Servicios de Comunicación de Masas de la Agencia Nacional de Telecomunicaciones (Anatel); Mario Diamante, director de la Agencia Nacional de Cinema (Ancine); Paulo Ricardo Tonet Camargo, representante de la Asociación Brasileña de Emisoras de Radio y Televisión (Abert); Sueli Aparecida Navarro Garcia, directora de la TV Cámara; Virginia Malheiros Galvez, directora de la TV Senado; Alexandre Annenberg, presidente ejecutivo de la Asociación Brasileña de TV de pago (ABTA); Murilo Cesar Ramos, coordinador del Laboratorio de Investigación de la Universidad de Brasilia (UNB); Pola Ribeiro, vicepresidente de la Asociación de las Radios Públicas del Brasil (ARPUB); Sergio Murillo de Andrade, representante del Foro Nacional por la Democratización de la

Durante la audiencia, el ministro Franklin Martins dijo que “la existencia de una televisión pública está claramente definida en la Constitución Federal y que será ejercida de forma complementaria por los sistemas estatal, por el sistema comercial y por sistema público”. Además, según el Ministro:

Las grandes redes surgen y la televisión pública, en lugar de conseguir algo de red, queda aislada en pequeñas islas, una en cada estado, y no consigue, por lo tanto, aparecer nacionalmente en el momento en que la televisión comercial ganaba una presencia nacional. No aparecía, no tenía cara, no tenía identidad, no reunía apoyo político, no conseguía establecer recursos para sus proyectos. Por lo tanto, fue sobreviviendo, en lugar de estar jugando un papel más activo. (Martins, 2007)

Para el representante de la Asociación Brasileña de Emisoras de Radio y Televisión (Abert), Paulo Ricardo Tonet Camargo, vicepresidente de Relaciones Institucionales de las Organizaciones Globo, “la entidad reconoce públicamente que el gobierno podría crear una Red Pública de Televisión sin hacer el debate y que es importante reconocer la disposición del gobierno en discutir de manera transparente el tema, sabiendo de las dificultades que podría enfrentar”. Para el ejecutivo, “la implantación de la TV pública no puede transformarse en un juicio de la televisión privada”. La preocupación del representante de la Abert se centraba en la fuente de financiación de la emisora pública, pues, según él

[...] si el sistema es complementario, público y privado, y si el sistema de radiodifusión privada solo tiene una fuente de financiación, que es el mercado publicitario, no tiene sentido que esa fuente de financiación migre para otras plataformas, porque ahí desaparecerá la radiodifusión privada, entonces el sistema dejará de ser complementario por la falta de uno de sus entes. Nuestra preocupación fundamental se refiere a determinados conceptos, como por ejemplo el concepto de apoyo cultural. Pero ¿qué es apoyo cultural? Nunca se definió apoyo cultural. Tal vez esta sea una buena oportunidad para aclarar lo que es apoyo cultural y cómo se podrá apoyar a la televisión pública, con base en empresas públicas y privadas, sin invadir el mercado publicitario. (Camargo, 2007)

El concepto de apoyo cultural fue definido en la Ley 11.652/2008, artículo 11, párrafo 1º, “como pago de costos relativos a la producción de programación o de un programa específico, siendo permitida la citación de la entidad apoyadora, bien como

Comunicación (FNDC) y presidente de la Federación Nacional de los Periodistas (FENAJ); Jonas Valente, representante del Intervozes-Colectivo Brasil de Comunicación.

de su acción institucional, sin cualquier tratamiento publicitario” (Brasil, 2008, Ley 11.658).

El representante de la Asociación Brasileña de Televisión de Pago (ABTA, en su sigla en portugués), Alexandre Annenberge, en su participación en la audiencia, hace referencia al artículo 29 de la medida provisoria, que según él [...] “confisca dos canales de la televisión de pago en varias tecnologías. Es una confiscación tan sorprendente que incide sobre tecnologías dotadas de un único canal”. El ejecutivo hacía referencia al artículo 29 de la MP, que dice:

Las prestadoras de servicios de TV por cable (CATV) de distribución de señal de televisión y de audio de pago a través de satélite (DTH), de distribución de señales multipunto (MMDS), televisión de pago (TVA), así como las prestadoras de otros servicios afines, independientemente de la tecnología utilizada, que fueran disciplinadas por la Agencia Nacional de Telecomunicaciones deberán hacer disponible, gratuitamente, dos canales destinados al Poder Ejecutivo Federal que serán operados por la EBC, uno de ellos para el establecimiento de la Red Nacional de Comunicación Pública y otro para la transmisión de actos y materias de interés del Gobierno Federal.

Actualmente existen en el país cuatro modalidades de servicios diferentes de TV de pago, reglamentados en función de la tecnología utilizada en su operación: TV por Cable, con la distribución de señal por medios físicos; el MMDS (*Multipoint Multichannel Distribution System*) transmitido por microonda; el DTH (*Direct to Home*) transmitido vía satélite con recepción directa para antena parabólica; y el Servicio Especial de TV por suscriptor (TVA), que utiliza la banda de UHF (*ultra high frequency*).

En la Cámara de los Diputados y el Senado, la MP recibió 132 emendas al proyecto. El diputado Walter Pinheiro dió la redacción final al texto original y en la conclusión del informe dice que vota:

Por la admisión de la Medida Provisoria n° 398, de 2007, dirigida al Congreso Nacional en los términos previstos por el artículo 2°, § 1°, de la Resolución n° 1, de 2002-CN, por estar debidamente configurados los presupuestos de relevancia y urgencia y por no incidir en cualquiera de los vetos temáticos constante de los art. 62

§ 1º de la Constitución: por la constitucionalidad, juridicidad y buena técnica legislativa de la MP 398/07, así como por su adecuación presupuestaria y financiera; en mérito, por su aprobación, en los términos del anexo proyecto de ley de conversión, que incluye las alteraciones de las enmiendas nº1, nº 121, nº 122, nº 129, nº 130 y nº 131, fase a las objeciones presentadas en cuanto a su inconstitucionalidad o falta de jurisdicción; por la admisión de las demás enmiendas, fase a la constitucionalidad, jurisdicción y buena técnica legislativa de las mismas, así como por su adecuación presupuestaria y financiera; en mérito, por la aceptación de las enmiendas de nºs 10, 12, 52, 59,62, 72, 83 e 123, en los términos del proyecto de ley de conversión, y por el rechazo de todas las demás, como resultado de las razones anteriormente presentadas. (Pinheiro, 2007)³⁰

La Medida Provisoria fue aprobada con alteraciones en la Cámara de los Diputados el 19 de febrero de 2008, presidida por el diputado Arlindo Chinaglia. Comparecieron 442 diputados, siendo la MP aprobada con 336 votos a favor, 103 contra y tres abstenciones. Al haber sido alterado el texto, la MP fue transformada en Proyecto de Ley de Conversión. En el Senado Federal, el relator fue el senador Renato Casagrande, del Partido Socialista Brasileño (PSB), que no hizo ninguna alteración en el texto enviado por la Cámara de los Diputados, siendo el proyecto aprobado el 2 de marzo del mismo año en votación simbólica, después de un intenso debate, con los senadores de oposición retirándose del plenario. Después de aprobado, el Proyecto de Ley de Conversión (MP398/2007) fue encaminado para sanción presidencial, siendo el proyecto vetado parcialmente por el presidente Lula.

El veto del presidente fue al artículo 31, que había sido propuesto por el diputado Silvio Torres, del Partido de la Social Democracia Brasileira (PSDB), y que ponía a la disposición de la EBC la transmisión de eventos deportivos en los que participan equipos, selecciones y atletas brasileños representando oficialmente el país, realizados en el país o en el exterior, cuando la empresa de radiodifusión detentora de la autorización de exclusividad de transmisión decida no transmitirlo. En la justificación del veto, el presidente Lula dice que:

La redacción aprobada para el referido dispositivo genera incertidumbre en cuanto a la definición lo que es la representación oficial de Brasil, sobre quién lo representa de facto y en qué ocasiones. Tales impresiones aportan inseguridad a la norma y, así,

³⁰ Información obtenida de: <http://www.camara.gov.br/sileg/integras/537921.pdf> Acceso en 20 junio de 2015.

no contribuyen a la consecución de la misión y de los objetivos institucionales de la Empresa Brasil de Comunicación³¹.

La Medida Provisoria 398 fue transformada en la Ley 11.652 el 7 de abril de 2008. “[...] viene a ser el primer título legal que se adentra en la discusión de lo que sería un campo público de comunicación” (Martinez dos Anjos, 2010, p. 41). En su artículo 2º, la ley establece que la prestación de los servicios de radiodifusión por órganos del Poder Ejecutivo o mediante concesión a entidades de su administración indirecta deberá observar los siguientes principios:

- I. Complementariedad entre los sistemas privado, público y estatal;
- II. Promoción del acceso a la información por medio de la pluralidad de fuentes de producción y distribución de contenido;
- III. Producción y programación con finalidades educativas, artísticas, culturales, científicas e informativas;
- IV. Promoción de la cultura nacional, estímulo a la producción regional y la producción independiente;
- V. Autonomía en relación al Gobierno Federal para definir producción, programación y distribución de contenido en el sistema público de radiodifusión; y
- VI. Participación de la sociedad civil en el control de la aplicación de los principios del sistema público de radiodifusión, respetándose la pluralidad de la sociedad brasileña.

Para Leal Filho (2009),

[...] la ausencia de una televisión pública fuerte en Brasil impidió la formación de un público más crítico en relación con la TV comercial, resultado de la falta de modelos alternativos. También imposibilitó la creación de una masa crítica capaz de exigir de la televisión, en el mínimo, el respeto a los preceptos constitucionales que determinan la prestación de un servicio de información, cultura y entretenimiento. (Leal Filho, 2009, p. 58)

³¹Información obtenida de: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/Msg/VEP-171-08.htm
Acceso el 20 marzo de 2014.

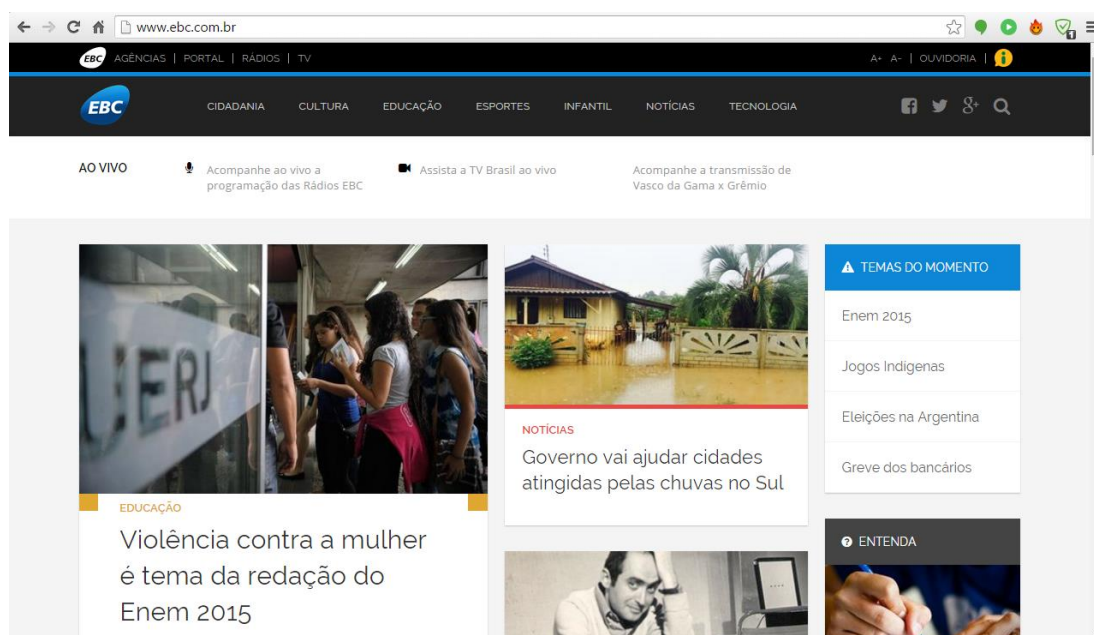
Leal Filho (2009) habla de un vacío en el espectro electromagnético, que según él debería haber sido ocupado por una red pública de televisión y nunca lo fue.

El histórico del modelo de televisión de mercado impuesto a la sociedad brasileña estableció una forma de pensamiento único, reproductor de las ideas dominantes y diseminadas a partir de los centros del capitalismo global. El individualismo y el consumismo, sostenidos e impulsados por el neoliberalismo se tornaron matrices ideológicas de la producción televisiva. En el modelo hegemónico, no caben alternativas. La salida, respetando el juego democrático, es la TV Pública. (Leal Filho, 2007, p. 7)

La creación de la EBC/La TV Brasil se convirtió en una disputa entre los que defendían la implantación de una televisión pública nacional y una red de televisión que llegara a todo el país y los que veían en esa iniciativa más un medio de comunicación que sería utilizado como plataforma política del gobierno del presidente Luiz Inácio Lula da Silva. Existía también una preocupación de las emisoras privadas por que los presupuestos de publicidad del gobierno fuesen destinados a la televisión pública o por que la emisora pública tuviera entre sus fuentes de ingreso la publicidad comercial. El gobierno es uno de los mayores anunciantes del país y concentra en la televisión la mayor parte de las inversiones en publicidad, como ya se ha señalado.

5.3 EBC: la gestora del servicio de radiodifusión público brasileño

Ilustración 11: Página web de la EBC



Fuente: <http://www.ebc.com.br/>

Durante la realización del I Foro Nacional de Televisión Pública se discutía la implantación de una emisora de televisión pública; sin embargo, en los recorridos legales para implantación de la emisora, el gobierno optó por crear una empresa pública, la Empresa Brasil de Comunicación (EBC), con la misión de unificar y gestionar los medios públicos de radiodifusión. La EBC nació de la fusión de la Empresa Brasileña de Comunicación, la Radiobrás y la Asociación de Comunicación Educativa Roquette Pinto (Acerp). Con la creación de la EBC, la Radiobrás vio transferidos todos sus bienes y fondos al patrimonio de la nueva empresa pública de comunicación. Los trabajadores de la Radiobrás también fueron incorporados a la EBC.

La Radiobrás había sido creada en el Gobierno Militar del general Ernesto Geisel, por la Ley 6.301, de 15 de diciembre de 1975, con el objetivo de integrar bajo su dirección todas las emisoras de radio y televisión del Gobierno Federal y gestionar emisoras en regiones de baja densidad demográfica, como las áreas localizadas en la Amazonia o en las fronteras del país, donde no había interés de las emisoras comerciales, pero que para el gobierno eran estratégicas en su plan de integración nacional. A través de la Agencia Brasil, la Radiobrás distribuía de forma gratuita para los medios de comunicación nacionales e internacionales informaciones sobre el país.

La Organización Social Federal (OS), Asociación de Comunicación Educativa Roquette Pinto-Acerp, creada en 1969 como Fundación Roquette Pinto, dirigía las TVs educativas de Rio de Janeiro y del Estado del Maranhão y tres radios, las radios MEC-AM y MEC FM, en Rio de Janeiro y Brasilia, emisoras que pasaron a formar parte de la Red Nacional de Comunicación Pública/Radio.

En 1998, durante el gobierno del presidente Fernando Henrique Cardoso, la Fundación Roquette-Pinto fue extinta a través de la Medida Provisoria 1.648 y transformada en una Organización Social (OS)³², pasando a llamarse Asociación de Comunicación Educativa Roquette-Pinto (Acerp). En 1998, la Ley 9.637 permitió a la OS ejecutar actividades de televisión educativa. La ley califica como organizaciones sociales a las personas jurídicas de derecho privado sin fines lucrativos. Según el Intervezes (2009), la transformación de muchas emisoras en OS o en fundaciones públicas de derecho privado fue resultado de la crisis en que se encontraban estas emisoras con la política neoliberal implantada en el país en la década de 90.

³² Las organizaciones sociales (OS) son entidades de derecho privado que, por iniciativa del poder ejecutivo, obtiene autorizaciones legislativas para celebrar contratos de gestión con el poder ejecutivo.

Como organización social, el primer contrato de gestión de la Acerp³³ fue firmado con el Gobierno Federal en enero de 1998, a través de la Secretaría de Comunicación Social de la Presidencia de la República (SECOM), para gestionar la TVE-RJ. La Ley 11.652/2008, que instituyó los principios y objetivos de los servicios de radiodifusión pública y autorizó al Poder Ejecutivo a constituir la Empresa Brasil de Comunicación (EBC), permitió que se firmara un contrato de gestión entre la ACERP y la Empresa Brasil de Comunicación (EBC).

La EBC es una empresa de sociedad anónima de capital cerrado vinculada a la Secretaría de Comunicación Social de la Presidencia de la República que tiene como accionista principal a la Unión, con el 51% de las acciones ordinarias nominativas. “Será admitida en el restante del capital de la EBC, la participación de entidades de la administración indirecta federal bien de Estados, del Distrito Federal y de Municipios o bien de entidades de su administración indirecta” (Ley 11.652/2008, Art. 9º § 2º). El Decreto 6.246 de octubre de 2007 creó la EBC y aprobó el estatuto de la empresa pública.

Para Lima,

A pesar de las críticas que pueden hacerse al proceso –y son muchas–, la EBC [...] representa un importante avance: está en el aire una TV que institucionalmente se define como pública y la disputa para definir lo que es una televisión pública que se mueve ahora para su práctica. (Lima, 2010)

La EBC tiene 2.328 profesionales distribuidos entre la sede de la empresa en Brasilia, São Luiz, en el Estado do Maranhão, en Rio de Janeiro, São Paulo y Tabatinga en el Estado del Amazonas. Del total de los empleados de la empresa, 1.520 trabajan en las áreas de producción de contenidos y programación. Según los datos del Plan de Trabajo para 2015 de la EBC, la red de radios y televisión llega a 163 millones de personas, es decir, el 82% de la población en 3.580 ciudades brasileñas de un total de 5.570 (EBC 2015, p. 4).

³³ Información obtenida de www.secom.gov.br/sobre-a-secom/legislacao/normas-para-o-sicom/notas-tecnicas/nota-tecnica-no-01-2010-denor-sgcn-secom-pr Acceso el 5 de febrero de 2012.

Según Berbert (2015),

La Empresa Brasil de Comunicación (EBC) cerró 2014 con un beneficio líquido de R\$ 92,5 millones, lo que representa un avance del 550% en comparación con los 14,6 millones obtenidos en 2013. [...] El crecimiento del beneficio, según la compañía, fue resultado del aumento de los *repases* de la contribución para el fomento de la radiodifusión pública, con un valor de R\$ 496,1 millones.

Para Valente, la creación de la EBC, y más específicamente de la TV Brasil, “significó una tentativa de superación del pasado de lazos de los canales públicos a los gobiernos y autoridades para apuntar en la dirección de la construcción de iniciativas efectivamente públicas” (Valente, 2009, p. 269).

La primera Dirección Ejecutiva de la EBC nombrada por el presidente de la República tomó posesión el 31 de octubre de 2007, teniendo como directora-presidente a la periodista Tereza Cruvinel; director general, el cineasta Orlando Senna; directora de Periodismo, la periodista Helena Chagas; director de Programación y Contenido, Leopoldo Nunes; director de Relacionamento y Red, Mario Borgneth; director de Administración y Finanzas, Delcimar Pires; director de Servicios, José Roberto Garcez; y director de Soporte y Operaciones, Roberto Gontijo.

Para Bucci,

Comparada con las instituciones que le dieron origen, la EBC trajo más racionalidad a la gestión de las emisoras federales. El simple paso de agruparlas en un solo organismo generó más eficiencia. Con la administración centralizada, la economía de recursos y las ganancias de escala se tornaron más viables. Con la TV Brasil, cuya programación pasó a ser repetida en diversas emisoras públicas de todo el país, la EBC elevó sustancialmente la media de calidad de los programas de TV producidos por la Radiobrás. [...] la llegada de la EBC dejó al país por lo menos un saldo positivo: impulsó y calificó el debate sobre la cultura de comunicación pública no gubernamental. (Bucci, 2015, p. 85)

La EBC opera los siguientes medios públicos de comunicación: la TV Brasil, televisión en señal abierta y la TV Brasil Internacional; las radios Nacional AM (Rio

de Janeiro), MEC AM (Rio de Janeiro), MEC FM (Rio de Janeiro), Nacional FM (Brasilia), Nacional AM (Brasilia), MEC FM (Brasilia), Nacional da Amazonia (Manaus), Radio Nacional Alto Solimões (Amazonas) y en la web, la Agencia Brasil y la Radioagencia Nacional. La TV Brasil Internacional llega a 66 países a través del contrato que la EBC mantiene con operadoras de TV de pago.

5.3.1 El modelo de financiación de los medios públicos

La TV Brasil y las emisoras del sistema público de comunicación tienen prohibido por la legislación tener ingresos a través de la publicidad comercial; sin embargo, con una financiación mixta y con la mayor parte de sus ingresos proveniente del gobierno, se permite la publicidad institucional de entidades de derecho público y de derecho privado, así como el apoyo cultural en forma de patrocinio de programas por entidades de derecho público y de derecho privado, con la citación del nombre de la entidad de apoyo y de su acción institucional (Ley 11.652, 2008, art. 11).

Sobre la financiación de la televisión pública, Bolaño (2009) sugiere que:

Yo creo que hay que tener una financiación. Una buena forma sería la tasación de la publicidad. Yo tengo defendido eso, tasar la publicidad. Que el sistema comercial le dé una pequeña contribución para financiar el sistema público. Parece tan obvio, ¿no? Si usted necesita tener un sistema público, si usted considera que hay que tener salud pública, como usted tiene que tener educación pública, usted tiene que tener también comunicación pública. Entonces si la comunicación privada es toda financiada por la publicidad, entonces que una pequeña tasa, que no va dejar nadie más pobre, sea dirigida a la TV pública. (Entrevista a César Bolaño)

La publicidad como fuente de financiación de la televisión pública siempre ha sido motivo de controversia; sin embargo, en varios países tanto en Europa como en América Latina, la publicidad formó o forma parte de la financiación de las emisoras públicas. La eliminación de la publicidad como fuente de ingresos en los medios públicos es defendida tanto por aquellos que no quieren que esas emisoras estén subordinadas a las reglas del mercado, como por los empresarios de la radiodifusión, que ven en esta iniciativa una competencia desleal al decir que las emisoras públicas

contarían con doble financiación, por la publicidad comercial y por los ingresos gubernamentales. Para Bucci (2010),

Cuando se sostiene a través de la publicidad, la emisora pasa a prestar cuentas a los anunciantes, a los cuales ofrece retorno en forma de consumo incentivado por las campañas que transmite. Por lo tanto, aunque no se subordine al poder político o estatal, se desequilibra en la dirección opuesta: se subordina al mercado, a sus preferencias, modulaciones, y pierde la capacidad de llevar al aire una mirada crítica sobre el consumo y las creencias propias del mercado. En resumen, deja de ser pública.

Las fuentes de ingresos de los medios públicos gestionados por la EBC son las siguientes:

- I. De dotaciones presupuestarias;
- II. Al menos, el 75% (setenta y cinco por ciento) de la recaudación de la contribución instituida en el artículo 32 (Contribución para el Fomento de la Radiodifusión Pública);
- III. De la prestación de servicios, de la distribución de contenido, modelos de programación, licencias de marcas y productos y otras actividades inherentes a la comunicación;
- IV. De donaciones, legados, subvenciones y otros recursos que fueren destinados por personas físicas o jurídicas de derecho público o privado;
- V. De apoyo cultural de entidades de derecho público y de derecho privado, bajo la forma de patrocinio de programas, eventos y proyectos;
- VI. De publicidad institucional de entidades de derecho público y de derecho privado, prohibida la divulgación de anuncios de productos o servicios;
- VII. De la distribución de la publicidad legal de los órganos y entidades de la administración pública federal, según lo dispuesto en el § 1º del art. 8º de la ley que creó la EBC (el artículo define la publicidad legal como los avisos, balances, informes y otras publicaciones que entidades de la administración pública por fuerza de la ley están obligadas a publicar);
- VIII. De recursos obtenidos en los sistemas instituidos por la Ley 8.313 de 23 diciembre de 1991, que instituyó el Programa Nacional de Apoyo a la

Cultura, de La ley 8.685, de 20 de 4 julio de 1993, que creó el mecanismo de Fomento a la Actividad Audiovisual, y la Ley 11.437, de 28 de diciembre de 2006, que instituyó el Fondo Nacional de la Cultura;

- IX. De recursos provenientes de acuerdos y convenios que se realizan con entidades nacionales e internacionales, públicas o privadas; de rendimientos de aplicaciones financieras (Ley 11.652, artículo 11).

Sobre de los diversos modelos de financiación de los medios públicos, Arroyo *et al.* dicen que:

En modo general, se podrían citar tres condiciones que deberían cumplir los sistemas de financiación ideales: una, que la financiación sea la adecuada para que los medios públicos tengan los recursos técnicos y la calidad necesaria para no quedar arrinconados y confinados a un papel marginal, al no poder “competir” con el resto; dos, que el financiamiento debe repercutir en la autonomía editorial y administrativa de los medios, tanto respecto a las presiones comerciales como a los políticos de turno; y tres, que la financiación debe ser estable y previsible para que los medios públicos no estén sujetos a los vaivenes económicos o políticos. (Arroyo *et al.*, 2012, pp. 148-149)

Hablando de la financiación de medios públicos en América Latina, Arroyo *et al.* (2012) señalan que varios países tienen en su modelo de financiación la publicidad, pues “no siempre los ingresos provenientes del Estado son suficientes. En algunos casos, de forma destacada en Chile, los medios públicos cuentan también con ingresos por publicidad” (Arroyo *et al.*, 2012, p. 144).

En Europa, la publicidad formó parte de la financiación de los medios públicos en varios países, entre estos España, donde TVE tuvo durante muchos años un sistema mixto y competía con las emisoras privadas por la publicidad. Sin embargo, la supresión de la publicidad en la emisora pública española empezó a partir de 2009, por una decisión del gobierno de José Luis Zapatero (2004-2011), del Partido Socialista Obrero Español (PSOE). En Francia, la misma medida fue adoptada por el presidente Nicolas Sarkozy (2007-2012), que retiró la publicidad de las emisoras públicas.

Para Leal Filho, la publicidad comercial no debe formar parte de la programación de la televisión pública; para el autor, “la apelación al consumo, conquistado a través de la emoción, es inconciliable con una programación más reflexiva del modelo público” (Leal Filho, 2009, p. 68).

En 2014, el presupuesto de la EBC fue de R\$ 511 millones (125€ millones). De ese total, un 56,5% fue invertido en contenido. El presupuesto destinado a la EBC en 2008, en su año de fundación, fue de R\$ 342.070.842 (83.697.893,62€ millones). El valor era referente a los recursos que estaban consignados a la Radiobrás. En 2009, el presupuesto pasó a R\$ 382 millones (94€ millones) y en 2010, fue de R\$ 435 millones (107€ millones). El aumento del año 2010 fue el resultado del ingreso de recursos propios referentes a prestación de servicio (R\$ 33 millones, 8€ millones) y de la contribución de un 5% para el Fondo de Contribución para el Fomento de la Radiodifusión Pública (R\$ 116 millones, 28€ millones) derivados de la contribución del Fondo de Fiscalización de las Telecomunicaciones (FISTEL), pagado anualmente por las operadoras de telecomunicaciones³⁴.

³⁴ Costa, Gilberto. Conselho Curador aprova plano de trabalho da EBC para 2010. Disponible en: www.direitoacomunicacao.or.br Acceso en 19 febrero de 2015.

Tabla 10: Ingresos realizados – 2008 a 2015 (en millones de reales)

RECEITA REALIZADA	Fonte	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
I - repasses fonte tesouro ⁽¹⁾	Tesouro	182,03	380,19	350,87	376,11	389,10	396,25	400,05	153,02
II - da exploração dos serviços de radiodifusão pública	Própria	0,50	0,48	3,37	13,87	22,19	17,98	35,73	4,62
III - da arrecadação da CFRP ⁽²⁾	Tesouro	-	41,80	3,47	3,00	3,30	3,34	485,72	143,62
IV - de prestação de serviços a entes públicos ou privados	propria	5,93	8,16	11,48	17,80	17,89	16,88	28,00	6,13
V - de doações, legados, subvenções e outros recursos	propria	-	-	-	-	-	-	-	-
VI - de apoio cultural de entidades de direito público e de direito privado	propria	-	-	-	-	-	-	-	-
VII - de publicidade institucional	propria	0,27	0,37	-	-	-	7,21	13,07	3,32
VIII - da distribuição da publicidade legal	propria	16,39	20,23	21,76	21,49	22,05	22,53	21,09	7,10
IX - de recursos obtidos nos sistemas instituídos pelas Leis nos 8.313, de 23 de dezembro de 1991, 8.685, de 20 de julho de 1993, e 11.437, de 28 de dezembro de 2006		-	-	-	-	-	-	-	-
X - de recursos provenientes de acordos e convênios	Tesouro	-	-	0,90	0,30	1,00	0,94	5,32	1,14
XI - de rendimentos de aplicações financeiras	propria	3,82	3,49	3,92	2,71	3,33	3,30	41,98	31,19
XII - de rendas provenientes de outras fontes	propria	1,31	1,23	2,32	1,21	1,50	1,02	0,82	0,07
TOTAL		210,25	455,95	398,09	436,49	460,36	469,45	1.031,78	350,21

1 - Repasses recebidos vinculados a fonte tesouro (exceto CFRP)

2 - Valores arrecadados pelo Tesouro, registrados no SIAFI como receita da EBC

Fuente: www.ebc.com.br

Las empresas de telefonía fija y de telefonía móvil cuestionan en la justicia la constitucionalidad de la contribución para el Fomento a la Radiodifusión Pública, en una acción promovida desde el año 2010 (Proceso n° 2009.34.00.017899-8, 6ª Vara de la Sección Judiciária del Distrito Federal), por el Sindicato de las Empresas de Telefonía y de Servicio Móvil Celular y Personal (Sinditelebrasil), contra la Unión³⁵ y la EBC. Es importante señalar que la cuota que tiene que ser abonada a las empresas radiodifusión pública no significa un nuevo impuesto, pues la contribución ya era pagada por la operadoras.

El principal argumento de las operadoras de telefonía es que no existe relación entre las finalidades de la comunicación pública y la actividad de las empresas de telecomunicaciones. En marzo de 2013, la juez de 6ª Vara Federal, Maria Cecilia de Marco Rocha, desestimó la petición de mandato de seguridad y consideró constitucional el pago de la contribución. El Sinditelebrasil apeló en segunda instancia (BN Justicia, 2013).


³⁵ “Unión es la persona Jurídica de Derecho Público representante del Gobierno Federal en el ámbito interno y de la República Federativa del Brasil.” Información obtenida de: <http://www.jusbrasil.com.br/topicos/1649555/uniao-brasil>. Acceso el 5 junio de 2015.






La operadora de telefonía TIM renunció en 2013 a los R\$ 321 millones procedentes a los valores que venían siendo depositados en la justicia. En 2014, la Claro y la operadora Oi resolvieron también liberar los valores depositados en la justicia (Posseti, 2013). Entre los años 2009 y 2012, las empresas depositaron el equivalente a R\$ 1,37 billones. De ese total, el 75% es de la EBC, el 2,5% de la Anatel, y el 22,5% restante para las demás emisoras públicas (Craid, 2013).

Otra fuente de ingresos de la EBC es la prestación de servicio en el área de contenidos audiovisuales para instituciones públicas, empresas privadas y personas físicas. Dentro de la estructura organizativa de la EBC, la unidad responsable se denomina EBC Servicios. El dinero recaudado por EBC Servicios es utilizado por la empresa para complementar la financiación del Sistema Público de Comunicación. La Ley 11.652/2008, artículo 8º § 2º, II, dispensa a las organizaciones públicas federales de hacer licitación para la contratación de los servicios prestados por la EBC. Existe un dicho popular que dice que “quién paga, manda”. El principal cliente de la EBC es el Gobierno Federal, a través de la Secretaría de Comunicación (SECOM). Esto deja a la empresa pública con una vinculación no solo política sino también económica con el gobierno, que es también su cliente. Varios servicios realizados hoy por la EBC eran realizados por la Radiobrás. El modelo de financiación depende en la actualidad del Gobierno Federal, que aporta los principales recursos financieros para la empresa.

La siguiente tabla presenta los servicios prestados por la unidad EBC Servicios.

Tabla 11: Servicios prestados por la EBC para la Secretaría de Comunicación Social del Gobierno Federal.

	<p>La EBC es gestora de la NBR, la televisión del Gobierno Federal, que transmite su programación por cable y parabólica, con informaciones y noticias del Poder Ejecutivo como la agenda del presidente, los actos del día a día en el Palacio del Planalto, la agenda del presidente en el exterior, informaciones y destacados de los ministerios.</p>
---	---

	<p>La EBC es responsable de la supervisión operacional de la TV Escola, canal del Ministerio de la Educación, que transmite desde 1996 contenidos dedicados a la capacitación de 400 mil profesores de las 21 mil escuelas de la red pública de enseñanza. La TV Escola se define como la televisión pública del Ministerio de la Educación.</p>
	<p>La EBC produce el bloque del Poder Ejecutivo en el programa <i>A Voz do Brasil</i>, programa radiofónico creado en 1935 en el gobierno de Getúlio Vargas, con el objetivo de divulgar las acciones del Poder Ejecutivo. <i>A voz do Brasil</i> tiene una duración de 25 minutos y es transmitido obligatoriamente por todas las emisoras de radio del país, de lunes a viernes, a las 19 horas.</p>
	<p>La EBC hace la producción y distribución del programa semanal <i>Café com a Presidenta</i>, transmitido vía satélite, en formato de entrevista, en el que la presidenta habla de las acciones y proyectos del gobierno.</p>
	<p>La EBC produce y distribuye el programa semanal <i>Bom Dia Ministro</i>. El programa en formato de entrevista colectiva con un ministro de Estado es transmitido desde Brasilia, en directo, en señal abierta, en el mismo canal de satélite del programa <i>A Voz do Brasil</i>.</p>
	<p>Produce y distribuye un programa mensual de entrevista, en directo, con secretarios ejecutivos, gerentes de programas y directivos de empresas estatales, que presentan las acciones en sus respectivas áreas. El programa también es transmitido en señal abierta en el mismo canal del programa <i>A voz do Brasil</i>.</p>
<p>NBR noticias</p>	<p>Tele periodismo transmitido de lunes a viernes, a las 19.30 h., con las principales noticias del Gobierno Federal. El NBR Noticias incluye reportajes especiales y entrevistas sobre políticas públicas.</p>
<p>Media 24 horas</p>	<p>Recopilación, análisis y resumen de las noticias publicadas por los medios de comunicación.</p>

Distribución de Publicidad Legal	Balances, avisos y otras publicaciones, que por fuerza de ley o reglamentación, los entes de la Administración Federal están obligados a publicar. Este servicio está amparado en la Ley 11.652/2008. Esta actividad fue respaldada por el Decreto 6.555/2008, Art. 9º, § 3º.
Servicio de Satélite	El servicio de satélite transmite programación 24 horas en señal abierta. A través de este servicio, las emisoras de radio de todo el país pueden captar y transmitir gratuitamente eventos del Ejecutivo Federal, así como transmitir programas de las radios Nacional de Amazonia, Nacional de Rio de Janeiro y Nacional de Brasilia.

Fuente: Elaboración propia con datos de la EBC (<http://conteudo.ebcservicos.com.br/>)

En la tabla siguiente aparecen las cantidades invertidas por la EBC en producción y coproducción desde 2008 hasta el primer semestre de 2014. Los valores son registrados como inversiones, pues se refiere a la producción de obras que generan dividendos, ya que son comercializadas para otras empresas.

Tabla 12: Inversión en producción y coproducción

Grupo de Despesa	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014 (hasta julio)
Producción de Programas	750.000	5.967.530	27.904.270	26.962.636	22.934.662	21.741.710	1.784.973

Fuente: <http://www.ebc.com.br/acessoainformacao/perguntas-frequentes/>

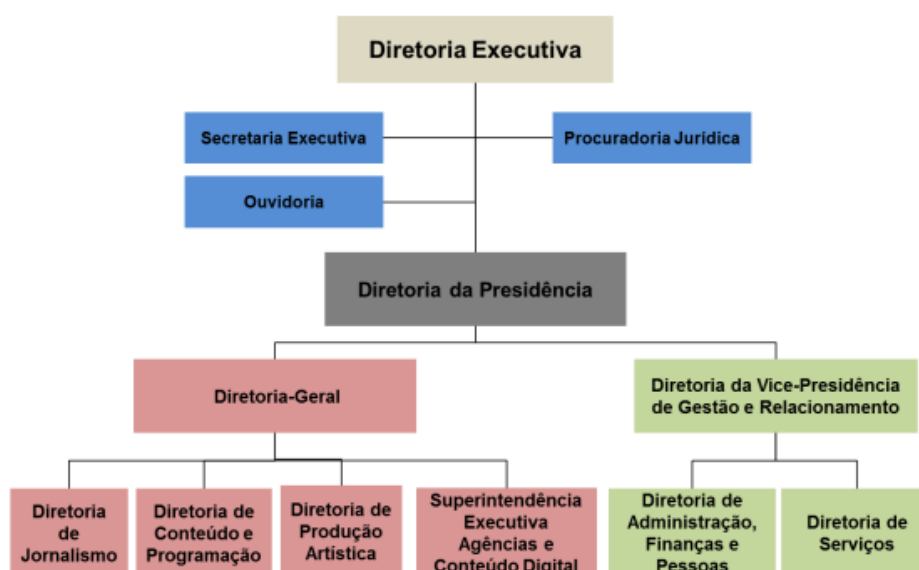
Sylvio Andrade, vicepresidente de Gestión y Relacionamento de la EBC, en una entrevista en el seminario promovido para discutir sobre los medios de financiación de los medios públicos, dice que “el presupuesto de 2015 prevé gastos de R\$ 298 millones con personal, R\$ 232 millones con costeo y 26 millones en inversiones”.

Sin embargo, según él, “costeo e inversiones sufrieron cortes de. 20%” (Vítor y Canes, 2015).

5.3.2 Estructura Organizacional de la EBC

Dirección–ejecutiva: compuesta por un director-presidente y un director-general, nombrados por el presidente de la República. El director-presidente tiene un mandato de cuatro años. “Los otros seis miembros de la dirección y una secretaria-ejecutiva complementan la Dirección Ejecutiva de la empresa, que responde por la administración y por la gestión de los canales y servicios que son objeto de su misión institucional” (EBC, 2011, p. 39). A continuación se presenta el organigrama de la empresa.

Ilustración 12: Organigrama de la EBC



Fuente: EBC, 2015

Consejo de Administración: el consejo está compuesto por el presidente de la EBC, representante del Ministerio del Planeamiento, Ministerio de las Comunicaciones y de los accionistas minoritarios y el representante de los empleados. La función del

Consejo de Administración es hacer la supervisión de la gestión y de la administración. También es prerrogativa del Consejo aprobar la propuesta del presupuesto y el balance anual de la gestión, las normas y los contratos superiores a los valores que fueron fijados para la Dirección Ejecutiva, aprobación de las normas de gestión y administración de personal y patrimonio (EBC, 2010, p. 39).

El Consejo Curador: de naturaleza consultiva y deliberativa, el Consejo Curador está formado por 22 miembros, de los cuales 15 son representantes de la sociedad civil, cuatro representantes del Gobierno Federal: el ministro de la Educación; el ministro de la Cultura; el ministro de la Ciencia y Tecnología y el representante de la Secretaría de Comunicación Social de la Presidencia de la República; un representante de la Cámara de los Diputados; un representante del Senado Federal y un representante de los empleados de la EBC. Para Ramos, el Consejo Curador “es, en primera y última instancia política y administrativa, el fiador de la autonomía de la EBC en cuanto al poder ejecutivo” (Ramos, 2012, p. 20).

Los consejeros tienen mandatos de dos y cuatro años. Como instrumento de control social, el Consejo Curador es la instancia en la que la sociedad civil está representada para garantizar que los medios de comunicación gestionados por la EBC cumplan con su misión de medios públicos de comunicación. Las emisoras del campo público, que forman parte de la Red Nacional de Comunicación Pública de Televisión, deben incluir en su estructura organizativa el Consejo Curador.

En la primera composición del Consejo Curador, en 2007, los consejeros fueron nombrados por el presidente Lula para “un mandato de dos años, según criterios de representación regional, diversidad cultural y pluralidad de experiencias profesionales”. Con 19 miembros, el Consejo estaba compuesto por cuatro representantes del gobierno y 15 representantes de la sociedad civil³⁶. El

³⁶Los miembros del primer Consejo Curador nombrados por el presidente Lula fueron: Alex Pereira Barbosa o MV Bill, rapper, activista social, cineasta-documentalista, actor, escritor e integrante de la Central única de Favelas (CUFA); Ángela Gutiérrez, empresaria y emprendedora cultural; Antonio

nombramiento de los representantes de la sociedad civil por el presidente generó muchas críticas, especialmente de representantes de las organizaciones sociales volcadas en la democratización de la comunicación, que defendían que el Consejo debía estar formado por representantes nombrados por entidades de la sociedad civil (MP 398, Art. 15, §1º, III).

La primera audiencia del Consejo Curador de la EBC tuvo lugar el 9 de julio de 2009, casi dos años después de la instalación del Consejo, constituido en diciembre de 2007. La audiencia se dedicó únicamente a la TV Brasil. Fueron sorteadas 12 personas inscritas previamente para participar en la audiencia. Con la participación ciudadana, la directora-presidente de la EBC, Tereza Cruvinel, presentó en la audiencia un balance de los 17 meses de actividad de la TV Brasil y destacó los avances normativos alcanzados. Entre los avances destacados por la directora-presidenta estaba la elaboración del estatuto de la empresa y del regimiento interno; la preparación del plan de cargos y salarios; la definición de las normas para la licencia y contratación de contenidos de la producción independiente, a través del aviso de concursos en el modelo *pitching*.

Para el presidente del primer Consejo Curador, Luiz Gonzaga Beluzzo, la decisión de que la primera reunión estuviera exclusivamente dedicada a la TV Brasil se justifica por ser la emisora el “fruto más reciente del sistema público”. Todas las emisoras de

Delfim Neto, economista y exministro de la Hacienda; Claudio Salvador Lembo, profesor, exgobernador del Estado de São Paulo; José Bonifacio de Oliveira Sobrinho, empresario y director de televisión; Isaac da Silva Pinhanta, profesor indígena e investigador cultural; Lúcia Willadino Braga, directora-ejecutiva de la red Sarah de Hospitales de Rehabilitación; Luiz Edson Fachin, jurista y profesor universitario; José Paulo Cavalcanti Filho, abogado, exministro y consultor de la UNESCO y del Banco Mundial; José Antonio Fernandes Martins, empresario; Luiz Gonzaga Belluzzo, economista y profesor; Rosa Lúcia Benedetti Magalhães, figurinista, escenógrafa, profesora y carnavalesca; Maria da Penha Maia Fernandes, biofarmacéutica y activista en la lucha de las mujeres contra la violencia; Paulo Ramos Derengovski, productor cinematográfico; y Wanderley Guilherme dos Santos, científico político.

radio gestionadas por la EBC ya existían y estaban vinculadas a la Radiobrás y la Acerp; sin embargo, la TV Brasil fue el único medio de comunicación creado junto con la EBC. Para Diogo Moisés, del Intervezes-Colectivo Brasil de Comunicación Social, “el Consejo Curador tardó en convocar la sociedad a participar del proceso de construcción de la EBC, y [...] restringió la discusión a apenas un medio, lo que nos parece ruin” (Batista, 2009).

El nombramiento de los miembros del Consejo Curador³⁷ por acción directa del presidente de la República fue sustituido por la consulta pública a través de la publicación del Aviso de Consulta Pública nº 01/2014, del Consejo Curador,³⁸ en que entidades de la sociedad civil –no se permite la inscripción de partidos políticos–, son convocadas para indicar los nombres que compondrán la lista triple que será enviada al presidente de la República para el nombramiento de los nuevos consejeros.

Para indicar los nombres, las entidades tienen que haber sido creadas un mínimo de dos años antes de la publicación del aviso y estar constituidas como personas jurídicas de derecho privado, sin fines lucrativos, volcadas, aunque parcialmente, a: I) la promoción de la ética, de la ciudadanía, de los derechos humanos o de la democracia; II) la promoción de la cultura o de las artes; III) la defensa del patrimonio histórico o artístico; IV) la defensa, preservación o conservación del medio ambiente; y V) la representación sindical, de clase y profesional. El mandato de los miembros del Consejo es de cuatro años, con la renovación cada dos años de 50% de los miembros.

Solamente pueden ser propuestos para el Consejo brasileños natos o naturalizados desde hace más de 10 años. Los propuestos no pueden tener vínculos de parentesco

³⁷ Las informaciones sobre la consulta pública para obtener propuestas de candidatos a miembros del Consejo Curador fueron hechas con base en el Edital de Consulta Pública nº 01/2014. Disponible en: http://conselhocurador.ebc.com.br/sites/_conselhocurador/files/edital_consulta_publica-2014.pdf Acceso el 10 mayo de 2015.

³⁸ Disponible en: http://conselhocurador.ebc.com.br/sites/_conselhocurador/files/edital_consulta_publica-2014.pdf Acceso el 10 mayo de 2015.

de hasta tercer grado con miembros de la Dirección Ejecutiva de la EBC o que personas que tengan cargo electivo o cargo de comisión en la Unión, estados, municipios o Distrito Federal.

La formación final del Consejo Curador deberá contemplar un representante de la etnia indígena, una persona con discapacidad, un representante joven (entre 15 y 29 años) y un representante de población negra (40% de las vacantes de los miembros de la representación de la sociedad civil). La composición de los miembros de la sociedad civil debe contar con la participación de un representante de la clase artística; director, guionista, productor o realizador de televisión o radio; científico; profesor; profesional con actuación en la área de la comunicación y salud; profesional de la educación; representante de TVs y radios públicas; deportistas; representante de movimientos sociales relacionados con la comunicación; especialistas en educación y comportamiento de niños y adolescentes (psicólogos, psicoterapeutas, pedagogo, psicopedagogo); empresarios y profesionales de la tecnología de la información. La lista triple para cada vacante será sometida a la designación del presidente de la República.

En abril de 2015, el Consejo Curador emitió una “nota pública en defensa de la comunicación pública y el fortalecimiento del Consejo Curador de la EBC”³⁹, en la cual lamentaba el distanciamiento de los ministros que tienen asiento en el Consejo. En la nota, el Consejo Curador lamenta también que después de enviar hacia casi un año la lista triple para el nombramiento de los cinco nuevos consejeros indicados por las entidades de la sociedad civil, la presidenta Dilma Rousseff no había nombrado ningún consejero. El Consejo Curador pide en la nota que el gobierno:

Retome la atención con la comunicación pública y el respeto hacia el Consejo, que trabaja *diuturnamente* para hacer más fuerte y creíble la Empresa Brasil de Comunicación, y que, consecuentemente, contribuye a la garantía de la complementariedad de los sistemas público, privado y estatal prevista en el art. 223

³⁹ *Nota pública em defesa da comunicação pública e do fortalecimento do Conselho Curador da EBC.* Disponible en: <http://conselhocurador.ebc.com.br/noticia/16-04-2015-nota-publica-em-defesa-da-comunicacao-publica-e-do-fortalecimento-do-conselho>> Acceso el 10 de mayo de 2015.

de la Constitución Federal, fortaleciendo así la comunicación y la democracia del país.

Es atribución del Consejo Curador:

- I. Deliberar sobre las directrices educativas, artísticas, culturales e informativas integrantes de la política de comunicación propuestas por el Directorio Ejecutivo de la EBC;
- II. Velar por el cumplimiento de los principios y objetivos previstos en esta Ley;
- III. Opinar sobre materias relacionadas con el cumplimiento de los principios y objetivos previstos en esta Ley;
- IV. Deliberar sobre la línea editorial de producción y programación propuesta por la Dirección Ejecutiva de la EBC y manifestarse sobre su aplicación práctica;
- V. Encaminar al Consejo de Comunicación Social las deliberaciones tomadas en cada reunión;
- VI. Deliberar, por la mayoría absoluta de sus miembros, cuando tenga lugar la imputación del voto de desconfianza a los miembros de la Dirección Ejecutiva, en lo que se refiere al cumplimiento de los principios y objetivos de esta Ley; y
- VII. Elegir su Presidente de entre sus miembros. (Brasil, Ley 11.6523/2008, Art. 17)

La EBC viene realizando audiencias semestralmente para escuchar a la sociedad civil sobre temas referentes a la comunicación pública, como por ejemplo sugerencias o críticas sobre la programación de la TV Brasil.

La Defensoría de la Audiencia (*ouvidoria* en portugués) de la EBC se estrenó en junio de 2008. El primer defensor de la EBC fue el periodista, sociólogo y profesor de la Escuela de Comunicación de Universidad de São Paulo (USP) e investigador de la comunicación pública Laurindo Lalo Leal Filho. La Defensoría de la Audiencia es el canal de comunicación entre la empresa pública y la sociedad en la solución democrática de problemas, principalmente relativos a la programación y el acceso a la información. Es función de la Defensoría:

Ejercer la crítica interna de la programación producida o vehiculada por los medios de comunicación de la EBC, observando los principios y objetivos del servicio

público de la radiodifusión, así como examinar y opinar sobre las quejas y reclamaciones de los telespectadores y radio-oyentes”. (Ley 11.652/2008)

El Defensor de la Audiencias es nombrado por el director-presidente de la EBC para un mandato de dos años, admitiéndose la reelección. Los defensores tienen en cada medio de comunicación público un defensor adjunto con un mandato de dos años. La Ley 11.652/2008, estableció que la Defensoría debe rendir cuentas al público a través de columnas publicadas en la página web de la Agencia Brasil y en programas semanales de 15 minutos que se emiten en la radio y en la TV Brasil. En la TV Brasil existe un programa semanal, *El público en la TV*, en el que se divulgan las actividades desarrolladas y los temas más destacados por los televidentes de la emisora pública. La Defensoría es una de las estancias del medio público para prestar cuentas a los ciudadanos, además de una forma de perfeccionar la programación y las actividades desarrolladas por la emisora con vistas al cumplimiento de su misión de medio público.

La Auditoría interna: la EBC tiene una Auditoría interna independiente que se encarga de la fiscalización y verifica la legalidad de los actos administrativos. La empresa pública también es fiscalizada por un Consejo Fiscal, compuesto de cinco miembros; por la secretaria de Control Interno de la Presidencia de la República (Ciset) y por el Tribunal de Cuentas de la Unión (TCU).

Para Bucci (2013), la EBC no es una empresa pública, sino una empresa estatal. El autor justifica su afirmación al destacar la significativa “presencia” del gobierno en la estructura administrativa y en la vinculación de la empresa a la Secretaría de Comunicación Social del Gobierno Federal, lo que considera impropio. “Un error grave en la creación de la EBC fue mantener el vínculo funcional de la estatal con la Secretaría de Comunicación Social de la Presidencia, la Secom, que tiene estatus de ministerio, y no con el Ministerio de la Cultura (Minc)” (Bucci, 2013, p. 12). En la misma línea de pensamiento de Bucci, Ramos señala que:

A pesar de tener una estructura más pública que sus antecesoras (con la presencia del Consejo Curador, por ejemplo) la EBC aún es vulnerable a la voluntad del

Planalto⁴⁰. Eso no quiere decir que sea cotidianamente instrumentalizada por el poder; quiere decir que su estructura legal confiere a la Presidencia de la República los medios para avergonzarla, presionarla y encuadrarla. (Ramos, 2013, p. 12)

La fuerte presencia del gobierno en la estructura organizativa de la EBC se traduce en el nombramiento de los principales cargos ejecutivos, lo que hace la empresa vulnerable en su compromiso con la autonomía en relación al poder ejecutivo. Esto está presente en la propia ley que creó la empresa pública. al determinar que: I) La EBC está vinculada a la Secretaría de Comunicación Social de la Presidencia de la República (Art. 5°); II) El 51% del capital de la EBC pertenece a la Unión (Art. 9°); III) El Consejo de Administración cuyos miembros son nombrados por el presidente y es constituido por: un presidente, nombrado por el ministro de estado jefe de la Secretaría de Comunicación Social de la Presidencia de la República; un consejero, nombrado por el Ministro de Estado de la Planificación, Presupuesto y Gestión; un consejero, nombrado por el ministro de las Comunicaciones (Art. 13); IV) El Consejo Fiscal constituido por tres miembros y respectivos suplentes designados por el Presidente de la República (Art. 14); y V) De los 21 miembros del Consejo Curador, cuatro son ministros de Estado (Art. 15).

Bucci llama la atención sobre el riesgo que sufre la independencia de la empresa pública, ya que como se ha señalado arriba, es el gobierno el que nombra a los principales ejecutivos de la EBC:

Quizás el gobierno de turno sea más tolerante, pero todos los medios de mando están allí. En cualquier momento, bajo la justificación más personalista o bajo el pretexto más idealista, las prerrogativas pueden ser accionadas, al margen del esfuerzo de crear y mantener la independencia editorial. (Bucci, 2015, p. 87).

La independencia del gobierno es fundamental para que se cumpla la misión de cualquier medio de comunicación público libre e independiente. Para Mendel y Salomon,

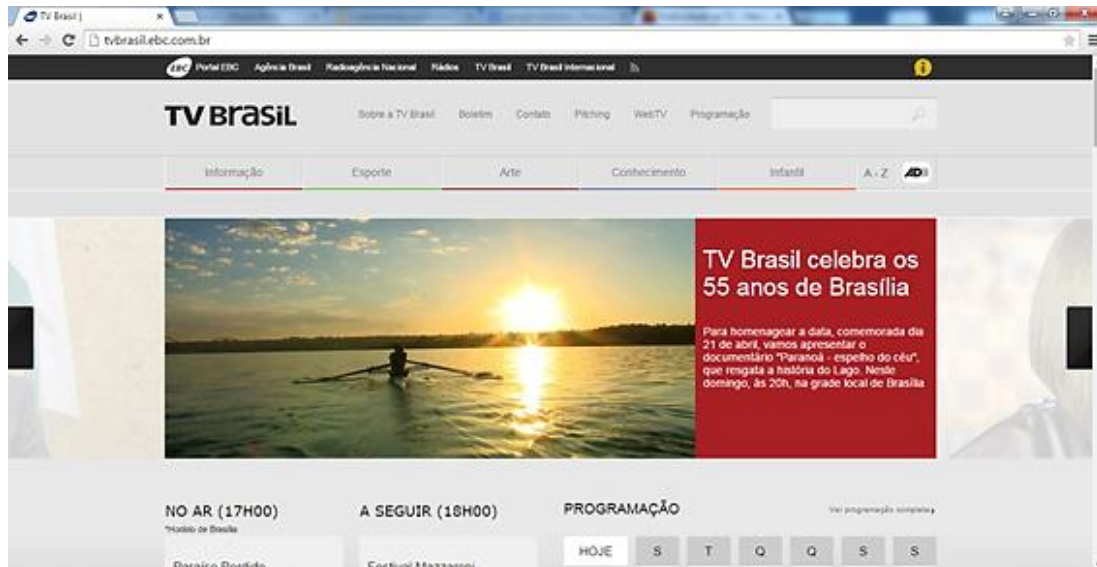
⁴⁰ El Palacio del Planalto es la sede del poder Ejecutivo Federal.

Una amenaza tradicional que sigue siendo fuerte en muchos países es la interferencia o control político por el gobierno. Los gobiernos tienen una tendencia natural de querer influir o controlar los medios de comunicación, y siempre es más fácil de ejercer tal influencia en las estaciones públicas que en las comerciales. Esto ocurre por varias razones, incluso por ser los gobiernos generalmente encargados de supervisar la gestión y la financiación de las PSBs. De hecho, en casi todos los países, la historia de la radiodifusión pública tiene el control gubernamental en sus raíces. La independencia es una condición que surgió después, no para todos. (Mendel y Solomon, 2011, p. 46)

Los medios públicos deben ser independientes y controlados por órganos externos al gobierno para que puedan practicar la pluralidad periodística sin interferencia del poder político y libre de cualquier manipulación por parte de quien esté en el poder y tenga la prerrogativa de nombrar a los principales ejecutivos que controlan la empresa pública. Cuanto mayor sea la rendición de cuentas a los ciudadanos, más pública será en su totalidad la TV Brasil y los demás medios de comunicación del sistema público brasileño.

5.4 La TV Brasil

Ilustración 13: Página web de la TV Brasil



Fuente: tvbrasil.ebc.com.br

La TV Brasil se estrenó transmitiendo desde la ciudad de São Paulo a las 12 horas del 2 de diciembre de 2007. El lanzamiento de la emisora pública en el segundo mandato del Gobierno Lula coincide con la fecha de la primera transmisión –también en la ciudad de São Paulo– de la TV digital abierta en el país. La TV Brasil surge a partir de la unificación de las emisoras TV Nacional, TVE de Rio de Janeiro y la TVE del Maranhão. La TVE Maranhão, “con tres programas locales era básicamente una repetidora de la TVE de Rio de Janeiro” y la TV Nacional de Brasília “transmitía básicamente programación de naturaleza gubernamental” (EBC, 2010).

La creación de la TV Brasil está en conformidad con lo que determina el artículo 223 de la Constitución Federal, que dice que debe ser observado el principio de la complementariedad entre los sistemas privados, público y estatal (EBC, 2010). La TV Brasil surge, según informa la emisora en su página web para:

[...] atender la antigua aspiración de la sociedad brasileña por una televisión pública nacional, independiente y democrática. Su finalidad es complementar y ampliar la oferta de contenidos, ofreciendo una programación de naturaleza informativa, cultural, artística, científica y formadora de ciudadanía.

Sobre el concepto de público y estatal, Cunha Lima (2011) señala que:

El concepto de televisión pública actualmente aceptado es nuevo, es bastante brasileño. [...] televisiones estatales son las emisoras de los poderes del estado, con el objetivo de divulgar los actos y las acciones de los diversos segmentos del Estado: Ejecutivo, Legislativo y Judicial. Son mantenidas y gestionadas directamente por los poderes respectivos. Televisiones públicas son emisoras sin finalidad lucrativa, volcadas en el interés de la sociedad, mantenidas por el poder público y/o por la sociedad, dirigidas y fiscalizadas por consejos representativos de la sociedad, cuya programación de naturaleza educativa, cultural y informativa debe preparar al telespectador, desde la infancia, para el ejercicio de la ciudadanía. Así, las televisiones públicas deben ser transparentes, eficientes, controladas por la sociedad para realizar una programación innovadora y alternativa, de alta calidad.

Según Mendel y Solomon (2011),

En muchos países, las organizaciones públicas de radiodifusión (financiadas al menos parcialmente con fondos públicos), tradicionalmente ofrecen una parte importante de la programación de la radio y TV. El principal motivo para la existencia de radiodifusión pública es la necesidad de ofrecer un complemento a la programación de las emisoras comerciales, ampliando la diversidad de contenido y la pluralidad de los actores implicados en su producción y exposición. Normalmente las emisoras públicas presentan programas educativos, infantiles, religiosos, culturales y artísticos, muchos de ellos con un lenguaje más popular, abordando también temáticas de las minorías, que no siempre son atractivos en términos comerciales. Las mejores de esas emisoras ofrecen servicios de noticias confiables, contenido de calidad y programas de interés público no contemplados por la radiodifusión comercial. (Mendel y Solomon, 2011, p. 45)

La TV Brasil se estrenó antes de la aprobación de la Medida Provisoria 398/2007 y según Bucci, si la medida provisoria no hubiese sido aprobada, el gobierno ya tenía una solución para mantener la emisora en funcionamiento:

En la hipótesis de naufragio de la EBC, la TV Brasil podrá continuar sus transmisiones amparada por la vieja Radiobrás –esta debería ser extinta para dar lugar a la nueva empresa, pero se mantuvo activa–. Así, los que pretendían derrotar la MP para forzar el cierre de la TV Brasil cayeron del caballo. Eso no significa que la materia se haya convertido en irrelevante. Al contrario. La sobrevivencia o no de un canal de TV más de la administración pública es lo de menos (ya hay decenas de

emisoras de ese tipo en el país, tanto en el ámbito estadual como en el federal). El debate central tiene que ver, esto sí, con la estructura que debe tener una institución moderna de comunicación pública, agenda que merece la mejor atención de los representantes de la gente. Es la primera vez, en décadas, que el tema entra con todo en la pauta del Congreso (Bucci, 2008).

Creada para ser la televisión pública nacional y capitanear la Red Nacional de Televisión Pública, la TV Brasil se estrenó con dificultades operacionales y no hizo su estreno en digital, pues el transmisor importado de Estados Unidos no llegó a tiempo. Según la EBC, “la Anatel había destinado a la TV Brasil, en São Paulo, los canales 68 y 69, números malos, puesto que el telespectador brasileño no tiene el hábito de asistir televisión en la banda UHF más allá del canal 14”, además de que:

Para la producción propia, no había equipos suficientes. Los que existían eran pocos, viejos y obsoletos, luego era urgente la puesta en marcha de un plan de reequipamiento de todos los canales [...]. Pero mientras la ley no fuese aprobada, la EBC no conseguiría incorporar la Radiobrás, ni a sus funcionarios, ni los recursos financieros, que estaban en nombre de la empresa. (EBC, 2010, p. 56)

Superadas las dificultades iniciales y aprobada la Ley 11.652/2008, que instituyó los principios y objetivos de los servicios de radiodifusión pública, la TV Brasil a través de la EBC empezó a hacer inversiones en producción, contratación de personal, compra de equipos y sociedades con productores independientes y coproducciones en Brasil y América Latina para la producción de obras audiovisuales para su parrilla de programación.

5.4.1 La Programación

El artículo 221 de la Constitución Federal establece que la producción y la programación de las emisoras de radiodifusión deben atender a los siguientes principios: I) preferencia y finalidades educativa, artística, cultural e informativa; II) promoción de la cultura nacional y regional y estímulo a la producción independiente, que objetive su divulgación; III) regionalización de la producción cultural, artística y periodística, conforme a los porcentajes establecidos por ley; IV) respeto a los valores éticos y sociales de la persona y de la familia (Brasil, Constitución Federal, 1988).

Para Casé (2015):

El periodismo de la TV Brasil aún se está desarrollando, por una serie de cuestiones institucionales, se encuentra en evolución. Cuando hablamos de periodismo de la emisora no debemos atenernos solo al periodismo televisivo. Existen una serie de contenidos en la parrilla de programación que se destacan cuando el tema es periodismo, como el *Caminhos da Reportagem* y el *Observatório da Imprensa* por ejemplo. Pero, con seguridad, aún hay espacio para una participación aún mayor. (Entrevista realizada a Rafael Casé)

La programación es la razón de ser de una emisora de televisión, pues es donde se establece el diálogo con el público con la entrega de productos audiovisuales que contribuirán a la formación del ciudadano. La misión de la emisora pública es ofrecer una programación de calidad, osada, creativa, cultural y educativa, que sea atrayente para estimular al televidente a reflexionar sobre el mundo de su entorno. “Las emisoras públicas fueron creadas para proteger la vitalidad de los debates y de las manifestaciones culturales que la sociedad debe pautar, producir y engranar en su dominio civil propio, independiente del Estado y también del mercado” (Bucci, 2010).

Sobre la programación de la TV Brasil, Brittos (2009) señala que:

La TV Brasil debería pensar en ingresar un poco en ese modelo de TV pública, de la tradición de la TV europea que es una TV generalista. Una TV pública que es evidente, sin apelación, sin bajo nivel, pero que busca tener una programación competitiva que agrada todos los públicos. Y con eso puede incluso, en ese proceso, elevar el nivel de la población, de la programación en general. Yo creo que una TV pública tiene que tener programa de auditorio, tiene que tener novela. Es evidente que en otro plano, no para reproducir eso, no tiene por qué, pero de otra forma yo creo que tiene que tener la llamada ficción nacional, eso es importantísimo, novela. De repente sería el momento de Brasil de producir un telefilme. Telefilme es una cosa que es super importante y Brasil no tiene esa tradición [...] Está muy en esa cosa educativa, de programación diferenciada, de documentales que es importante, pero yo creo que no podría quedar solo en eso y en el periodismo también. (Entrevista realizada a Valério Cruz Brittos)

La Ley 11.652/2008 determina que la programación de la TV Brasil debe tener “finalidad educativa, artística, científica, cultural e informativa, promover la cultura

nacional y estimular a la producción regional e independiente”, es decir, en conformidad con lo que determina la Constitución brasileña (Brasil, Ley 11.652/2008).

Para Mazziotti (2001),

La televisión pública puede ofrecer una parrilla de programación más ágil, con más aire que las televisoras comerciales, y que mantenga la relación con la vida cotidiana, con las prácticas de las audiencias, sin ser necesariamente repetitiva o demasiada rígida. Por otro lado, la calidad está íntimamente ligada al desarrollo de producciones llevadas a cabo tanto por especialistas como por realizadores experimentales, que se atrevan a desarrollar potencialidades de los libretos y de la realización técnica. (Mazziotti, 2001, p. 191)

Según Becerra y Waisbord (2015), para definir “buenas prácticas” referidas a la programación, el Consejo de la Comisión Europea de Televisión Independiente ofrece pautas importantes, indicando que un servicio público de radio y televisión debe:

1. Proveer una amplia cobertura de programas que satisfacen una variedad de preferencias e intereses, que son considerados en los planes de producción.
2. Brindar alta calidad técnica y niveles de producción, demostrando una adecuada financiación e innovación y diferenciación, utilizando todos los modernos recursos televisivos para apoyar el rol en la televisión educativa.
3. Tomar en consideración los elementos culturales, lingüísticos y sociales de las poblaciones minoritarias y otras necesidades e intereses especiales, en particular en la educación, incluyendo programas para las escuelas y producciones para los discapacitados.
4. Atender los intereses regionales y de comunidades particulares y reflejando las regiones entre ellas.
5. Brindar oportunidades para cultivar la identidad nacional, constituyéndose en “la voz de la nación”, el lugar al que acude la gente durante eventos nacionales, que actúen como centros de congregación mediática para asuntos importantes en la vida de un país.

6. Ofrecer porcentajes considerables de producciones originales exhibidas por primera vez ante el público masivo que no encuentren amplia cabida en el mercado comercial.
7. Demostrar una verdadera voluntad al enfrentar riesgos creativos, telespectadores críticos, complementando otros canales de RSP y aquellos que solo tienen el mercado como objetivo.
8. Tener un marcado sentido de independencia e imparcialidad, noticias con sólido respaldo, un foro para el debate público, garantizando la pluralidad de opiniones y un electorado bien informado.
9. Dar cobertura universal llegando a sectores de la población con acceso limitado a la oferta informativa y cultural.
10. Tener publicidad comercial limitada (un máximo de siete minutos a lo largo del día).
11. Tener costos reducidos, ya sean programas gratuitos a la hora de su exhibición o a precios al alcance de la gran mayoría de la población. (Becerra y Waisbord, 2015, p. 18)

La TV Brasil se estrenó el 2 de diciembre de 2007, transmitiendo en directo de los estudios de la TVE de Rio de Janeiro, con una entrevista con los entonces ministros Gilberto Gil y Franklin Martins y la participación de diversas personalidades y de los ciudadanos, que eran entrevistados en calle. El tema del programa era la Televisión Pública, la TV Digital y la producción audiovisual. En el programa, uno de los entrevistados, el escritor João Ubaldo Ribeiro afirmó que: “yo temo que esa TV, a pesar de todas las garantías, no sea, como acontece generalmente en Brasil, una TV de Estado, sino una TV del gobierno. Yo sospecho de esa TV pública”. Era una clara demostración de la desconfianza que rodeaba la TV Brasil, antes incluso de su estreno.

Ilustración 14: Programa de estreno de la TV Brasil



Fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=gTgeOMWvpwM>

En su segundo día de actividad estrenó el telediario *Repórter Brasil*, primer programa periodístico de la nueva emisora, con una hora de duración, de las 21 a las 22 horas, de lunes a sábado, con transmisión unificada para todo Brasil en sociedad con emisoras del campo público en los estados, empezando así la transmisión en red nacional. En mayo de 2008, el *Repórter Brasil* era transmitido para 19 estados a través de una sociedad entre la TV Brasil y las emisoras del campo público (EBC, 2011, p. 54).

Para Casé (2015)

El gran diferencial del periodismo de una TV pública para una TV privada, creo, es la independencia. No hay una presión de anunciantes ni ingresos por altos índices de audiencia, lo que abre espacio para temas más amplios y reportajes más profundizados. Hay una preocupación mayor, también, en mostrar más el país, abordando pautas de estados que difícilmente tienen espacio en los grandes periódicos televisivos privados nacionales. Un periodismo más nacional, en el estricto sentido de la palabra. (Entrevista realizada a Rafael Casé)

Para Mendel y Solomon (2011, p. 47) “las emisoras públicas tienen la obligación de ofrecer un servicio abarcador de noticia, cubriendo eventos locales e internacionales”. En la página web de la EBC, la empresa pública señala que “el periodismo público practicado por la TV Brasil está empeñado en ofrecer información completa y objetiva desprovista de opinión, ofreciendo los elementos para que cada ciudadano pueda tener sus propias conclusiones” (EBC, 2015).

El periodismo en la televisión pública –aunque todas las emisoras de televisión en Brasil sean una concesión pública–, debe valorar la exactitud, la independencia, la imparcialidad y estar comprometido con la pluralidad de opinión y de fuentes de información. Es obligación de la emisora pública ser un espacio de relevancia para atender a la sociedad en sus necesidades informativas.

Para Bucci (2010):

En cuanto a la información periodística, la emisora pública es un puesto avanzado de lo que el ciudadano tiene derecho a preguntar y demandar, no es lo que que al poder le gustaría difundir. El vector que orienta la existencia de las emisoras públicas nace en la sociedad, en los derechos de hombres y mujeres que son fuentes de poder, y apunta hacia el Estado y hacia el gobierno como quienes les dirigen preguntas.

La TV Brasil abre un espacio para la colaboración ciudadana y divulga en el Teleperiódico Repórte Brasil, el cuadro *Outro Olhar*, vídeos de hasta dos minutos producidos por ciudadanos, productores independientes, puntos de cultura y grupos sociales. El material pasa por un proceso de edición y debe estar de acuerdo con las normas del manual de periodismo de la emisora pública. Es apenas una pequeña ventana colaborativa dentro de las muchas posibilidades de la participación de los ciudadanos en la construcción de la pauta de un periodismo ciudadano. Esa participación puede y debe ser aún mayor en otros programas de la emisora. La televisión pública no tiene y no debe tener compromiso con grupos políticos, con el gobierno o con el mercado, pues su compromiso es con los ciudadanos y la democracia.

El periodismo de la EBC debe tratar de los hechos relativos a la vida nacional e internacional relevantes para la sociedad y hacer sus elecciones de acuerdo con los compromisos y obligaciones establecidos en sus documentos fundadores, a partir de la Constitución. Al construirse en alternativa para los ciudadanos, se dedica atención a los hechos habitualmente ausentes en los media. En cuanto a hechos de cobertura común a los vehículos privados y estatales, la EBC procura añadir enfoques diferenciados y/o complementarios. (EBC, 2013, p. 27)

En 2008, el periodismo de la TV Brasil tuvo su prueba de fuego. El editor-jefe del *Repórter Brasil*, Luiz Lobo, dimitió el 4 de abril de 2008 y acusó a la gerente de Tele Periodismo, Jaqueline Paiva, de censurar los textos periodísticos para atender intereses del gobierno, en el que su marido era asesor de la Presidencia de la República. Era sin duda una denuncia grave, pues atacaba directamente a uno de los principios más caros a la televisión pública, su independencia editorial frente al Gobierno Federal tan cuestionada desde el principio, cuando se aprobó la Medida Provisora 398 en 2007.

Otra denuncia de Lobo estaba relacionada con un reportaje emitido en el *Repórter Brasil*, que trataba sobre la falta de presupuesto para la salud pública. Lobo afirmó que fue reprendido por la directora de periodismo, Helena Chagas, por no haber dicho en el reportaje que la no aprobación de la enmienda que prorrogaba la CPMF tenía reflejo en la falta de inversiones en la salud pública (Intervozes, 2008).

Otra controversia tenía la expresión “dosier” en reportajes de la TV Brasil sobre el uso de la tarjeta de crédito corporativa utilizada por el antecesor del presidente Lula, Fernando Henrique Cardoso y su mujer. La orientación de la directora de periodismo, según Lobo, era usar el término “supuesto dosier”. La Casa Civil, que tenía al frente a la ministra Dilma Rousseff, era acusada por parlamentarios de la oposición y por los medios de comunicación de hacer un dosier sobre los supuestos gastos irregulares con la tarjeta en el gobierno del expresidente Fernando Henrique con el objetivo de desviar la atención sobre la investigación en curso sobre el uso de ese mismo instrumento de crédito en el gobierno del presidente Lula (Oltramari, 2008).

El Consejo Curador de la EBC constituyó una comisión formada por los consejeros Claudio Salvador Lembo, Ima Célia Guimarães Vieira y José Paulo Cavalcanti para emitir un parecer sobre las denuncias del periodista. Después de escuchar al periodista Luiz Lobo y a la directora de Periodismo, Helena Chagas, responsable por dimisión de Lobo, la comisión emitió el siguiente parecer: “La Comisión considera haber ocurrido, en el caso, apenas incomprendiones naturales de relación de trabajo, entre el periodista Luiz Lobo y la Dirección de Periodismo de la TV Brasil. A los ojos de la comisión, siendo el *Repórter Brasil Noche* considerado como técnicamente correcto y políticamente libre”⁴¹.

Dos meses después de la salida de Luiz Lobo dimitieron el director-general de la TV Brasil, el cineasta Orlando Senna, y el director de Relacionamento y Red, Mario Borgneth. Los dos profesionales habían participado activamente en la realización del I Foro de TVs Públicas, Mario Borgneth como coordinador y Orlando Senna como secretario del Audiovisual del Ministerio de la Cultura. El Ministerio de la Cultura tuvo un importante papel en la discusión y el diagnóstico de la televisión pública en el país, que culminó con la realización del I Foro Nacional de Televisión Pública, como ya señalamos.

Al dejar la EBC, Orlando Senna divulgó comunicado en que decía (Mikevis, 2008):

Dejo la EBC por discrepar de la forma de gestión adoptada por la empresa que, entre otros equívocos, concentra poderes excesivos en la Presidencia, enyesando las instancias operacionales, que necesitan de autonomía ejecutiva para producir en serie, como en cualquier TV. Mejor: como en cualquier empresa que opera emisoras de TV y radio, agencias de noticia, web y otros servicios audiovisuales, que es el caso de la EBC. Una forma de gestión que indujo la dimisión de Mario Borgneth, el excepcional articulador y ejecutivo que organizó y coordinó el seminal Foro de TVs Públicas y que, como director de Relacionamento de la EBC en estos ocho meses, montó la estructura de una red con cobertura en todo el país, basada en nuevos modelos de negocio y en una arquitectura horizontal, sin el verticalismo de las redes comerciales. Una decisión con la cual no puedo concordar.
[...] La EBC tendrá que solucionar varias cuestiones para llegar a su objetivo de empresa pública de comunicación moderna, democrática y financieramente

⁴¹ Información disponible en:

http://conselhocurator.ebc.com.br/sites/_conselhocurator/files/ata_5a_reuniao_cc.pdf Acceso el 7 de junio de 2015.

saludable. Son cuestiones estructurales, en la forma de gestión y en la definición de encaminamientos, sobre los cuales envié documento a las instancias superiores de la empresa, el 30 de mayo de 2008, sugiriendo ajustes y llamando la atención sobre el carácter urgente de las providencias. Realizado los ajustes necesarios, la EBC/La TV Brasil podrá cumplir el objetivo de liderar una comunicación plural, libre, inteligente, interactiva y formadora de ciudadanía [...].

En 2013, la EBC lanzó el manual de periodismo de los medios de comunicación públicos. El manual, que tiene como título *Solamente la verdad*, fue aprobado en 2012 durante la realización del 4º Encuentro del Comité de Red, realizado para discutir los temas relacionados con la programación de la TV Brasil y de las emisoras que forman parte de la Red Pública de Televisión. Los principios que orientan el periodismo de la EBC publicados en el manual son:

- ↪ Fomento a la construcción de la ciudadanía, al perfeccionamiento de la democracia y a la participación de la sociedad;
- ↪ Garantía de la expresión de la diversidad social, cultural, regional y étnica y de la pluralidad de ideas y de percepciones de la realidad y de los hechos que son objeto de cobertura del periodismo de la EBC;
- ↪ Subordinación a los intereses de la sociedad, explicitados por instrumentos formales insertos en la constitución de la empresa respetándose la pluralidad de la sociedad brasileña;
- ↪ Observancia de preceptos éticos en el ejercicio del periodismo;
- ↪ Autonomía para definir la producción, programación y exhibición de sus contenidos. (EBC, 2013, p. 23)

En 2014, la programación de la TV Brasil llegó a 15 millones de suscriptores de televisión por cable y a cerca de 20 millones de hogares por satélite a través de la banda C, para los usuarios de antena parabólica. Según datos de la Pesquisa Nacional por Muestra de Domicilios (Pnad) 2013, realizada por el Instituto Brasileño de Geografía y Estadística (IBGE), en Brasil “la antena parabólica está presente en 38,4% de los hogares y de ese total la mayor proporción está en las áreas rurales, donde llega al 78,3%, y en los domicilios con menor renta en un 48, 8% (domicilios

sin rendimiento a 1/4 del salario mínimo)”⁴². Sobre la distribución de la señal de la TV Brasil por la parabólica, la EBC dice que:

[...] la distribución de la TV Brasil a través de esta plataforma fue importante. La programación puede ser conocida por segmentos sociales, que ayudarían a formar opinión especialmente de la clase media. Y la programación desmintió categóricamente muchas de las mentiras, calumnias y alevosías dichas contra la TV pública, especialmente en la época de su creación. (EBC, 2011, p. 66)

Para Mendel y Solomon:

Es importante que las emisoras públicas tengan los medios adecuados para distribuir su programación y cumplir sus mandatos. Necesitan especialmente de frecuencia para transmisión –incluso durante la transición a la señal digital– y de capacidad para operar en otras plataformas, como internet y celular. (Mendel y Salomon, 2011, p. 47)

La programación de la TV Brasil está dividida en programas de información, deportes, artes, conocimiento, infantil y así distribuida: “producciones propias 33,7%, coproducciones 3,22%, licenciamiento 30,76% y pacerías 32,31%”⁴³. En el cuadro que siguen se indican los programas que componen la parrilla de programación de la TV Brasil.

Tabla 13: Parrilla de programación de la TV Brasil

Programas	
Información	Bom para Todos, Brasilianas.org, Caçadores da Alma, Caminhos da Reportagem, DOC Especial, DOC TV, Espaço Público, ES Rural, Expedições, Interprogramas, Liberdade Religiosa, Marca Paraná, Notícias do Campo, Nova África, Nova Amazônia, Observatório da Imprensa, Opção Saúde, O que é que eu vou fazer da minha vida?, Os Caminhos da Democracia, Papo de Mãe, Reencontro, Repórter Brasil, Repórter DF, Repórter Maranhão, Repórter Rio, Repórter São Paulo, Rio Grande Rural, Sem Censura, Ser Saudável, Tal como Somos, Tela Rural, Terra Sul, Ver TV, Visual, Vitrine do Campo

⁴² Información disponible en:

<http://saladeimprensa.ibge.gov.br/noticias?view=noticia&id=1&idnoticia=2876>

⁴³ Información disponible en: www.ebc.com.br/acessoainformacao/perguntas-frequentes Acceso el 20 de mayo de 2015.

Programas	
Deportes	+ Ação, Brasileirão Série C, Copa do Mundo de Futebol Feminino 2015, Mundial de Futebol de Areia da Fifa, No Mundo da Bola, Stadium
Arte	Alto-Falante, Animania, Arte do Artista, Artesãos da Cultura Baiana, A Saga da Terra Vermelha Brotou o Sangue, A TV que se faz no Mundo 2, Ciclos de Cinema, Cine Nacional, Colheitas do Futuro, Corto Maltese, Cultura Ponto a Ponto, Curta os Curtas, Curta TV, Dance Academy, Descalço sobre a Terra Vermelha, Dias que Abalaram o Mundo, Estamos Juntos, Estúdio 24, Expedições Burle Marx, Festival Mazzaropi, História das Canções, Mama África, Matriarcas da Savana, Mentas Brilhantes, Nosso Veneno Cotidiano, O Brasil de Darcy Ribeiro, Os Rios e a Vida, Paraíso Perdido, Partituras, Resgate Animal, Revista do Cinema Brasileiro, Rossella, Samba na Gamboa, Sinfonia Fina, Som na Rural, Soy Loco por ti Cinema, Viola, minha Viola, Visceral Brasil - As Veias Abertas da Música, Windeck - Todos os Tons de Angola
Conocimiento	Ártico com Bruce Parry, Bom Dia Arqueologia, Brasil Adentro, Brasil Eleitor, Café Filosófico, Camarote 21, Conhecendo Museus, Consciência Negra, Cozinha Amazônia, +Direitos+Humanos, Direitos Humanos, Diverso, Entre o Céu e a Terra, Especiais La TV Brasil, Estúdio Móvel, Etnodoc, Futurando, Média Nacional, Mestres e Griôs, Nação, O Brasil tem disso, Oncotô?, Os Pequenos Crimes de Agatha Christie, Paratodos, Programa Especial, Provocações, Retratos de Fé, Sábados Azuis, Salto para o Futuro, Sementes, Sr. Brasil
Infantil	ABZ do Zivaldo, Anabel, Batatinhas, Carrapatos e Catapultas, Cocoricó na Cidade, Dango Balango, Detetives do Prédio Azul, Escola pra Cachorro, Historietas Assombradas, Igarapé Mágico, Invasão Plâncton, Janela, Janelinha, Jarau, Julie e os Fantasmas, Karku, Lala, Meu AmigãoZão, Meu Lugar, O pequeno Einstein, Os cupins, O Teco Teco, Pandorga, Peixonauta, Pergunte à Laura, Pingu, Sarah e o Pato, Senha Verde

Fuente: Elaboración propia con datos de la EBC (<http://tvbrasil.ebc.com.br/programacao>)

La investigación realizada por el *Grupo de Pesquisa da Relação Infancia, Adolescência e Mídia* (GRIM), de la Universidade Federal do Ceará (UFC), coordinado por la profesora Inês Vitorino (2011), analizó 220 episodios de 23 programas infantiles en los meses de octubre de 2010 a enero de 2011, con el objetivo de identificar el cumplimiento de los principios y objetivos previstos en la Ley 11.652/2008, referida a la programación infantil. La investigación concluyó que:

[...] los programas exhibidos, por regla general, están en sintonía con los principios y objetivos de la emisora [...] responden a criterios básicos sobre calidad en lo que se refiere a la programación infantil tales como: diversidad, innovación/creatividad, pertinencia/coherencia, sintonía con el mundo de experiencia del niño. (GRIM, 2011).

La programación infantil en la TV Brasil ocupa cerca de seis horas semanales. Las grandes redes de emisoras comerciales en Brasil han disminuido e incluso retirado de la parrilla los programas para los niños, argumentando la baja audiencia y, consecuentemente, las escasas inversiones publicitarias. La publicidad para el público infantil en Brasil tiene varias limitaciones impuestas por la legislación, como la Resolución 163, de marzo de 2014, del Consejo Nacional de los Derechos de la Infancia y de la Adolescencia (CONANDA), que considera abusiva la práctica de la publicidad y de la comunicación mercadotécnica dirigida a los niños con la intención de persuadirlos al consumo.

Para Tavares (2012),

Esta realidad no es de hoy. Por el contrario, viene siendo dibujado a partir de los años 80, cuando las producciones centradas en los niños fueron siendo sustituidas por programas de auditorios [...]. De *allá para acá*, producciones nacionales, originales y creativas, fueron esporádicas. Fue a lo largo de ese periodo, cuando se creó la tendencia de atribuir a las TVs públicas educativas, gestionadas por los gobiernos, el papel de producir para los niños. Con calidad y regularidad.

En la lógica del mercado, el telespectador es apenas un número “vendido” para la publicidad en forma de audiencia. Sobre esto Borges *et al.*, señalan que “el niño siempre fue visto como un telespectador especial, objetivo de las apuestas mercadotécnicas, tanto de los productos dirigidos a él como de las marcas que podría escoger en el futuro, o con el objetivo de influir en las decisiones de los padres” (Borges *et al.*, 2012, p. 81).

La programación infantil de la TV Brasil, exhibida en los turnos de la mañana y de la tarde, es ampliamente reconocida por la calidad de las producciones, tanto las nacionales como las adquiridas a través de licencias internacionales. Las producciones para el público infantil e infanto-juvenil están volcadas en los temas de la educación, cultura, arte, ciudadanía y medio ambiente y resaltan los valores humanos para el desarrollo de un ciudadano ético.

Otro punto importante en la programación de la TV Brasil es el espacio dedicado al desarrollo del audiovisual brasileño y el compromiso con el cine nacional y las producciones independientes. En 2012, “por tercer año consecutivo, la emisora fue la que más exhibió películas brasileñas en la TV abierta [...]”⁴⁴. Según Parente (2014), la TV Brasil invirtió en 2013 R\$ 15,5 millones en producciones, R\$ 1,5 millones en adquisiciones, que resultaron en una ocupación de 23% del contenido de la parrilla de la emisor. Para la adquisición de obras audiovisuales para la parrilla de programación de la TV Brasil, la EBC utiliza varias modalidades de modelos de negocio que se señalan a continuación

Tabla 14 : Producciones externas y modelos de negocio

Convenio	Instrumento utilizado para las sociedades institucionales y para algunos acuerdos con emisoras e instituciones con vistas a la producción de contenidos regionales.
Contratos directos de coproducción	Modalidad de contrato por inexigibilidad de licitación, teniendo como objeto coproducciones con productores independientes, entendiéndose por tal negocio la contratación de contenido independiente (en los terminos de la definición legal) desarrollado y producido por el productor, garantizada a este la mayoría absoluta (50% más 1%) de los derechos patrimoniales y a la TV Brasil el derecho de exhibición ilimitada. Es aplicado cuando el productor atiende a las exigencias del artículo 25 de la Ley 8.666/93.
Concursos (<i>pitchings</i>)	Tipo especial de licitación que ajusta a la modalidad de licitación “concurso”, prevista en la Ley 8.666/93, las particularidades de la producción audiovisual. La selección ocurre en dos fases; en la segunda, los diez finalistas de la primera fase presentan una prueba audiovisual de su producto delante del seleccionador. El precio es fijado en un aviso por la EBC. Se destina a productores externos de forma general, observadas las exigencias del aviso
Contratos directos de licencia por inexigibilidad⁴⁵ de licitación	Contratos para la adquisición de los derechos de exhibición de obras audiovisuales y cinematográficas, singulares y de autor, que hacen impracticable la licitación. El contrato es de esta naturaleza, pero la selección de las obras obedece a una convocatoria pública por

⁴⁴ Información disponible en: <http://www.ebc.com.br/sobre-a-ebc/sala-de-imprensa/2012/11/tv-brasil-comemora-cinco-anos> Acceso el 20 de febrero de 2015.

⁴⁵ Según Libração (2013), la inexigibilidad de licitación ocurre cuando “no hay posibilidad de competición, porque solo existe un objeto o una persona que atienda a las necesidades de la administración”. Recuperado de Libração, E. da (2013): Inexigibiliade de licitação. Âmbito Jurídico,

	internet, seguida de una selección por un tribunal evaluador compuesto por tres miembros de la EBC y dos externos, relacionados con el tema y el contenido.
--	---

Fuente: Elaboración propia con datos de la EBC

(<http://www.ebc.com.br/acessoainformacao/perguntas-frequentes/>)

La TV Brasil tiene asociación con canales internacionales como la BBC, NHK, TV France y Arte para la coproducción de material audiovisual, además de la participación en programas de desarrollo del audiovisual nacional como el DOCTV, Programa de Fomento a la Producción y Teleradiodifusión del Documentario Brasileño, del Ministerio de la Cultura y el programa *Brasil de Todas las Pantallas*.

El programa DOCTV tuvo su primera edición en 2003. Con la creación de la TV Brasil en 2007, se creó una sociedad con la emisora pública para, a través de la Red Nacional de Televisión Pública, incentivar la asociación con productores independientes destinada a la producción de documentales. Los documentales seleccionados son coproducidos por las emisoras públicas en los estados. El programa *Brasil de Todas las Pantallas* es otro programa de desarrollo del sector audiovisual, que a través de la Agencia Nacional do Cinema (ANCINE), “en 2014 destinó R\$ 60 millones del Fondo Sectorial del Audiovisual (FSA) a la producción de documentales, contenidos de ficción y animación” para las TVs públicas⁴⁶.

Según datos del Plan Nacional de la Cultura (PNC)⁴⁷, en 2012, de todas las películas de largo-metraje exhibidas en la televisión abierta, solamente un 13% son de producción independiente. En la televisión de pago, ese porcentaje disminuye al 8,2%. El objetivo del PNC en su meta de número 44 es llegar al 25% de producción

Rio Grande, XVI (118). Recuperado de: <http://ambito-juridico.com.br/site/?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=13820>. Acceso en agosto de 2015.

⁴⁶ Información disponible en: <http://www.ebc.com.br/sobre-a-ebc/2015/02/brasil-de-todas-as-telas> Acceso el 20 de abril de 2015.

⁴⁷ La Ley 12.343 de 2 de diciembre de 2010, instituyó el Plan Nacional de La Cultura (PNC) y creó el Sistema Nacional de Informaciones e Indicadores Culturales (SNIIC). El objetivo del PNC es el planeamiento y la implementación de políticas públicas a largo plazo (hasta 2020), volcadas para la protección y promoción de la diversidad cultural brasileña. Información disponible en: www.fundacaocultural.ba.gov.br/colegiadossetoriais/As-Metas-do-Plano-Nacional-de-Cultura.pdf Acceso el 10 de mayo de 2015.

independiente brasileña en la programación de la TV abierta y al 20% en la TV de pago (PNC, 2012, p. 119).

En relación a una programación de calidad, la TV Brasil no ha logrado obtener índices significativos de audiencia y en algunos horarios no llega al 1%. La *Investigación Brasileña de Medio 2015* (Brasil, 2014, p. 130) para la Secretaría de Comunicación Social del Gobierno Federal, apunta que cuando se pregunta si “conoce la TV Brasil, aunque sea solo de escuchar hablar”, el resultado es que “la TV Brasil es conocida por 31% de los brasileños”. Sin embargo, datos del Observatorio Iberoamericano de la Ficción Televisiva (Obitel), 2015, sobre la audiencia domiciliar de TV por emisora, indicó que en 2014, la TV Brasil obtuvo solamente un 0,3% de audiencia domiciliar y un *share* total de 0,8%.

Según Berbert (2015),

En 2014, la EBC llevó la comunicación pública a 3.583 municipios en los que vive el 85,6% de la población, En las cuentas de la empresa, la programación de la TV Brasil llegó también a 15 millones de usuarios de TV por asignatura vía cable y hay más de 20 millones de domicilios que reciben la señal vía antena parabólica. La TV Brasil Internacional, por su parte, llevó contenido a 66 países. No obstante, la audiencia media de la EBC está aún por debajo de lo pretendido. En São Paulo, incluso con el avance del 11,1% sobre 2013, la audiencia no pasó del 0,10%. En Rio de Janeiro la audiencia retrocedió de un 7,41% al 0,25%. En Salvador la audiencia media fue del 0,56%.

Para Arroyo *et al.*:

El desafío de los medios públicos en cuanto a los contenidos no es sencillo si lo que se busca, y lo que en principio parece deseable, es lograr buenos índices de audiencia con una programación de calidad que compita con la oferta de los medios privados pero sin dejarse arrastrar por estas, sino teniendo siempre presente su misión de servicio público. (Arroyo *et al.*, 2012, p. 62)

La TV Brasil está inserta en un escenario donde la disputa por la audiencia es “feroz, debido a diversos factores, entre estos, la multiplicidad de ofertas⁴⁸. Además, hay que tener en cuenta el crecimiento de internet y la fuerte presencia en Brasil de las emisoras comerciales en señal en abierto, que durante más de 60 años han ostentado elevados índices de audiencia y llegan con sus señales a más del 90% del territorio brasileño. Sobre la preocupación con respecto la audiencia y a hacer llegar la programación de la TV Brasil a un número cada vez mayor de brasileños, señalamos lo que dijo el expresidente Lula en la inauguración del sistema digital de la televisión del Sindicato de los Trabajadores, la TVT: “hasta hoy no conseguimos hacer la TV Brasil desencantar. Yo no imaginaba crear una televisión que competiese con las emisoras abiertas, sino con una programación de calidad y que llevara las informaciones que normalmente algunas no querían llevar”⁴⁹.

Por su misión de ente público, la TV Brasil tiene que universalizar su servicio y llevar a toda la población su programación diferenciada, innovadora, cultural y que represente a Brasil y a sus diversas regiones para que la gente se pueda identificar y reconocerse. Sin embargo, aunque sea significativo el número de brasileños que recibe la señal de la TV Brasil por antena parabólica, la audiencia es otra cosa: es la opción y la disposición voluntaria de cada ciudadano de optar por ver la programación de la emisora pública. Otro problema que enfrenta la TV Brasil es su señal en la TV abierta. La tarea de llegar al mayor número posible de brasileños está en las manos de la Red Nacional de Comunicación Pública de Televisión y esta necesita que las emisoras tengan una audiencia significativa en las regiones donde están localizadas. Para Juneau (1998),

Si la audiencia de la televisión pública es demasiado reducida, las autoridades políticas pueden considerarla un lujo elitista. Si, en cambio, tratan de aumentar su

⁴⁸ Sobre la multiplicidade de ofertas, léase Brittos, V. C., y Schneider, N. H. (2011) Afase da multiplicidade da oferta e a segmentação das audiências. multiplicidade de ofertas. En Á. Badillo y F. Sierra (coords.), *La transición a la televisión digital terrestre en Iberoamérica: diagnóstico y perspectiva*. Madrid: CIESPAL.

⁴⁹ Información disponible en: <http://www.vermelho.org.br/noticia/260175-6>. Acceso el 23 de octubre de 2015.

audiencia recurriendo a programas más ligeros como los que ofrece la competencia privada, entonces la gente se pregunta cuál es su objetivo. (Juneau, 1998, p. 12)

La televisión pública no debe ser evaluada únicamente por los índices de audiencia. Considerando que otros indicadores son importantes para verificar el papel desarrollado por la emisora pública, utilizamos los indicadores clave desarrollados por la UNESCO (2008), que señala que “los objetivos de los medios de servicio público están definidos y garantizados mediante la legislación”. Con base en estos indicadores, realizamos un análisis de la TV Brasil. En la siguiente tabla se presentan los indicadores, así como un análisis de la emisora con base en su legislación.

Tabla 15: Indicadores de la UNESCO para la televisión pública

Análisis de la TV Brasil de acuerdo con los indicadores de la UNESCO	
Indicadores	Análisis
1) El mandato de servicio público de los MSP está definido claramente en la legislación.	La Ley 11.652/08 instituyó los principios y objetivos de la radiodifusión en Brasil y definió claramente los objetivos de los MSP.
2) Los MSP tienen garantías específicas de independencia editorial y financiación apropiada y segura para protegerlos de la interferencia arbitraria.	La independencia editorial está protegida por el Consejo Curador, que funciona como órgano de control social; sin embargo, por tener dentro de su estructura de gestión los principales cargos ejecutivos indicados por la Secretaría de Comunicación Social de la Presidencia de la República y una financiación dependiente de los recursos de la Unión, así como la previsión por la ley de otras fuentes de captación de recursos, se considera que la TV Brasil es vulnerable a la interferencia arbitraria.
3) Los MSP tienen recursos técnicos suficientes.	Existe carencia de recursos técnicos para inversiones en el proceso de digitalización de los medios públicos.
4) Los MSP rinden cuentas ante el público mediante su órgano administrativo.	La empresa responde a la Ley de la Transparencia, Ley 12.527/2011, que permite a los ciudadanos acceso a informaciones de órganos públicos. Las informaciones también están disponibles en la página web de la EBC y pueden ser solicitadas directamente en la sede de la empresa o por teléfono (61) 3799.5580.

Análisis de la TV Brasil de acuerdo con los indicadores de la UNESCO	
5) Las empresas de transmisión por satélite y cable no se niegan a transmitir las emisoras o contenidos de servicio público.	La señal de la TV Brasil está disponible por satélite y es distribuida para la recepción por antena parabólica; alcanza a un número significativo de brasileños, especialmente en las áreas más remotas del país. La transmisión por satélite y cable está asegurada por la Ley 11.652/2008.
6) Los MSP son controlados por un órgano rector independiente cuya autonomía está garantizada legalmente.	El Consejo Curador es un órgano de control independiente, compuesto por 22 miembros, responsable de fiscalizar el cumplimiento de la misión de la empresa, la línea editorial y de velar por la observancia de los principios de la comunicación pública. De los 22 miembros del consejo, 15 son representantes de la sociedad civil. Todos son nombrados por el Presidente de la República a partir de la propuesta de los nombres por entidades representativas de la sociedad, obedeciendo lo previsto en la Ley 11.652 de 2008. Como empresa pública, la EBC también es fiscalizada externamente por la Secretaría de Control Interno de la Presidencia de la República; sin embargo, al tener al gobierno como su principal cliente, es fiscalizada por el Tribunal de Cuentas de la Unión, órgano que actúa de forma independiente. La Ley 11.652/2008, que estableció los principios de los medios públicos, en su artículo 17, dice que compete al Consejo Curador dirigir al Consejo de Comunicación Social las deliberaciones tomadas en cada reunión. El Consejo Curador tiene una historia de discontinuidad en su actuación como órgano consultor del Senado para temas de la radiodifusión. No existe en Brasil un órgano rector independiente a imagen, por ejemplo, del <i>Office of Communications</i> (Ofcom) de Reino Unido.
7) Los nombramientos para el órgano rector se hacen de manera abierta, transparente y libre de la interferencia directa del gobierno o el control de algún interés creado político o económico.	Nombramiento de los miembros del Consejo Curador por indicaciones de 15 nombres de representantes de la sociedad civil, cuatro representantes del Gobierno Federal (ministros de Educación; Cultura; Ciencia, Tecnología e Innovación; y Secretaría de Comunicación Social de la Presidencia de la República); un miembro de la Cámara de los Diputados, uno del Senado Federal; y un representante de los trabajadores de la EBC.
8) El órgano rector asegura que los MSP cumplan con su mandato	Como no existe un órgano rector externo, el MSP es fiscalizado por el Consejo Curador.

Análisis de la TV Brasil de acuerdo con los indicadores de la UNESCO	
de servicio público y protege su independencia.	
9) Los MSP han demostrado su compromiso con la consulta e interacción con el público y las OSC, incluyendo un sistema para quejas.	La interacción con el público se realiza a través la Defensoría de la Audiencia, mediante de columnas publicadas y un programa en la emisora de televisión, <i>El público en la TV</i> , en el que se presentan las reivindicaciones y quejas de los ciudadanos.
10) Participación del público en los nombramientos para el órgano rector.	El nombramiento se realiza por el presidente de la República; sin embargo, los nombres de los representantes de la sociedad civil son propuestos después de una consulta pública realizada por el Consejo Curador.

Fuente: (UNESCO, 2008: 37-38)

5.5 La red nacional de comunicación pública/televisión

La Ley 11.652, artículo 8º, inciso III, dice que “compete a la EBC establecer cooperación y colaboración con entidades públicas o privadas que exploren servicios de comunicación o radiodifusión pública, mediante convenios u otros ajustes, con vista a la formación de la Red Nacional de Comunicación Pública”.

En 2007, la EBC realizó la primera reunión del comité de formación de la red con la participación de 17 emisoras del campo público de la comunicación, entre las que hay emisoras de televisión abierta de universidades y emisoras educativas y culturales de los gobiernos de los Estados, además de emisoras de canales cerrados comunitarios, educativos y universitarias. Esas emisoras fueron convocadas con el objetivo de integrar la Red Nacional de Comunicación Pública de Televisión, que comenzaba dirigida por la TV Brasil como cabecera de red. “Durante el encuentro fue creado el Comité de Red, coordinado por el exdirector de Relacionamiento de la EBC, Mario Borgneth” (EBC, 2011, p. 63).

La red pública propuesta por la EBC no adoptaría el modelo vertical de las redes comerciales. Las emisoras asociadas retransmitirían parte de la programación de la TV Brasil, programación local y, además, producirían, con apoyo técnico y financiero de la EBC, programas para la parrilla nacional. “En aquel momento, alrededor del 30% de la programación de esas emisoras era proporcionada por la TV Brasil. La TV Cultura de São Paulo proporcionaba casi siempre más del 60% de las horas transmitidas” (EBC, 2011, p. 63).

Era una nueva lógica de producción y formación de una red de televisión pública con el objetivo de llegar a todos los estados de la Federación con una programación educativa y cultural de calidad y, principalmente, con regularidad. Para Lima (2010):

El inicio del funcionamiento de la RNCP es favorable por él mismo. Es necesario, sin embargo, registrar que su entrada en funcionamiento obedece a las verdaderas intenciones de los constituyentes expresada en el principio de la complementariedad (artículo 223) y significa el cumplimiento de los principios que constan en el artículo 221 para la producción y la programación de las las emisoras de radio y televisión que, tampoco fueron reglamentados.

La formación de la red de comunicación pública nacional que empieza era una de las propuestas de la Carta de Brasília, a partir de los debates del I Foro Nacional de Televisión Pública. La carta recomendaba que “la nueva red pública organizada por el Gobierno Federal debe ampliar y fortalecer, de manera horizontal, las redes ya existentes”.

El 3 de mayo de 2010, casi tres años después del estreno de la TV Brasil, la Red Nacional de Comunicación Pública de Televisión (RNCP/TV) empezó su formación con cuatro canales propios de la EBC, siete emisoras universitarias y 15 emisoras públicas estatales. Estas emisoras llevaron la programación de la TV Brasil a cerca de 100 millones de brasileños⁵⁰.

⁵⁰ Información disponible en: www.ebc.com.br/sobre-a-ebc/sala-de-imprensa/2010/04/rede-nacional-de-comunicacao-publica-leva-programacao-da-tv Acceso el 20 de mayo de 2015.

Tabla 16: Emisoras generadoras y retransmisoras de la RNCP - TV

Malha de Transmissão RNCP – TV

REGIÃO	GERADORAS				TOTAL Região	RETRANSMISSORAS		TOTAL Região	TOTAL RNCP/T V
	Próprias		Parceiras			Próprias	Parceiras		
	Análogica	Digital	Análogica	Digital		Análogica	Análogica		
Centro-Oeste	1	1	3	-	5	0	34	34	39
Norte	0	0	5	-	5	1	97	98	103
Nordeste	1	0	9	-	10	0	249	249	259
Sul	0	1	4	1	6	3	87	90	96
Sudeste	2	3	24	-	29	7	250	257	286
TOTAL	4	5	45	1	55	11	717	728	783

Fuente: EBC/Rede

Según la EBC, “las emisoras estatales, desguazadas y sin proyecto de supervivencia, fueron estimuladas a producir, en conjunto, cuatro horas diarias de programación, con apoyo técnico y financiero de la empresa pública”. Con la firma de los acuerdos empezó a intensificarse la producción de contenidos regionales y la contribución de las emisoras a un periodismo que exprese mejor la diversidad del país. El primer programa de la nueva red fue *Repórter Brasil*, que hoy ya es retransmitido por 19 emisoras en los estados. Los programas de estímulo al audiovisual, como se ha señalado, el DOCTV y el *Brasil de todas las Patallas*, reactivarán la producción regional junto a las emisoras de la red pública (EBC, 2014)

Según el Manual de la Red, de la *Norma de la Red Nacional de Comunicación Pública/ Televisión–NOR 401*, la Red Nacional de Comunicación Pública/Televisión está formada por:

Emisoras públicas o privadas de carácter público, educativo y cultural, del sistema abierto, y canales públicos pagados por el Servicio de Acceso Condicionado, unidos en régimen de contrato para transmitir programación nacional común, simultánea. (NOR 401, 2015)

Las emisoras que forman parte de la red tienen que seguir las determinaciones de la Ley 11.652, que rigen los medios públicos, teniendo dentro de su estructura de gestión instrumentos de participación de la sociedad.

Existen, de acuerdo con la Norma, tres categorías de emisoras de las TVs abiertas locales, que componen la RNCP/TV. La asociación de estas emisoras con la TV Brasil pueden ser como:

- ↪ **Asociado:** con mínimo de 10 (diez) horas y 30 (treinta) minutos de programación simultánea, incluidas las 2 (dos) horas y 30 (treinta) minutos de programación infantil, y las siguientes características: a) participación en el Comité de Red de la RNCP/TV; b) prioridad en el análisis de propuestas de coproducción de programas con la EBC y producción de contenidos, total o parcial, mediante convenio, acuerdo u otra forma de ajuste entre las partes, onerosos o no; c) prioridad en la asesoría técnica para la captación de recursos dirigidos a la ampliación de infraestructura; d) prioridad en la participación en las inversiones de la EBC en las áreas de calificación profesional y de mejora gerencial; e) prioridad en la participación en las inversiones de la EBC dirigidas a iniciativas de actualización tecnológica; f) acceso vía Banco de Intercambio de Contenidos a la programación aportada por los integrantes de la Red; g) acceso vía Banco de Intercambio de Contenidos al material resultante de avisos públicos de fomento para producción y para la digitalización de fondos; h) participación, como cogestor, en los programas de fomento a la producción regional de contenidos; y i) participación en la red de servicios montada por la EBC.
- ↪ **Parcero:** con menos de 10 (diez) horas y 30 (treinta) minutos hasta el límite mínimo de 7 (siete) horas de programación simultánea, y las siguientes características: a) participación en el Comité de Red de la RNCP/TV; b) posibilidad de análisis de propuestas de coproducción de programas con la EBC y producción de contenidos, total o parcial, mediante convenio, acuerdo u otra forma de ajuste entre las partes, onerosos o no; c) acceso al Banco de Intercambio de Contenidos; y d) acceso al Banco de Intercambio de Contenidos; podrá, cumpliendo el protocolo, aportar contenidos al mismo como forma de divulgar su programación.
- ↪ **Colaborador:** con menos de 7 (siete) horas de programación simultánea hasta el límite mínimo de 3 (tres) horas (EBC, 2015).

En 2014, según el Plan de Trabajo de la emisora para el año 2015, “la Red Nacional de Comunicación Pública de Televisión mantuvo su alcance para 55 generadoras y 728 retransmisoras de TV.” (EBC, 2014).

La primera emisora en asociarse a la TV Brasil fue la TV Aperipê, del Estado de Sergipe, en octubre de 2007, dos meses antes del estreno de emisora pública. El Estado de Sergipe era gobernado por Marcelo Déda Chagas, del PT. Una actitud distinta tuvo en 2010, la gobernadora del Estado del Rio Grande del Sul, Yeda Crusius, del PSDB, principal partido de oposición al Gobierno Federal, que rechazó el acuerdo para retransmitir la programación de la TV Brasil y para integrar la Red Nacional de Televisión Pública. Crusius optó por renovar el contrato con la TV Cultura y pagar por la programación, aunque en la sociedad con la TV Brasil, además de apoyo operacional, no tendría ningún coste. El contrato de la TV Brasil con la TVE del Rio Grande do Sul incluía la transferencia de aproximadamente R\$ 500 mil para la producción de programas que serían transmitidos en la parrilla de la TV Brasil. En 2011, la Fundación Cultural Piratini, gestora de la TVE del Rio Grandfe del Sul, firmó un contrato con la EBC. Tarso Genro, del PT, era el nuevo gobernador del Estado.

En la siguiente tabla se recogen las emisoras en los Estado que forman parte de la Red Nacional de Comunicación Pública/Televisión.

Tabla 17: Emisoras generadoras que forman parte de la RNCP - TV

Generadoras paceras de la RNCP – TV			
Región	UF	Ciudad	Generadora
Centro-oeste	GO	Goiânia	TVUFG
	MS	Campo Grande	La TV Brasil Pantanal
	MT	Cuiabá	TV Universitária (Universidade Federal do Mato Grosso)
Nordeste	AL	Maceió	TVE – Bahia
	BA	Salvador	TVE Bahia
	CE	Fortaleza	TV Ceará
	PB	João Pessoa	TV UFPB (TV da Universidade da Paraíba)
	PE1	Caruaru	TV Pernambuco (EPC – Empresa Pernambuco de Comunicação)

Generadoras paceras de la RNCP – TV			
	PE2	Recife	TVU de Recife (Universidade Federal de Pernambuco)
	PI	Teresina	TV Antares
	RN	Natal	TV Universitária (Universidade Federal do Rio Grande do Norte)
	SE	Aracaju	TV Aperipê
Norte	AC	Rio Branco	TVE do Acre
	AM	Manaus	TV Cultura do Amazonas
	PA	Belém	TV Cultura do Pará
	RR	Roraima	TVU RR (Universidade Federal de Roraima)
	TO	Palmas	TV Palmas
Sudeste	ES	Vitória	TVE do Espírito Santo
	MG	Andradas	TV Andradas

Fuente: www.ebc.com.br

Los programas producidos por las emisoras de la Red Nacional de Comunicación/Televisión en los estados son transmitidos nacionalmente para todas las emisoras integrantes de la red a través de asociación con la TV Brasil. De la Red Minas, emisora educativa del Estado de Minas Gerais y la tercera mayor emisora pública del país, forman parte de la parrilla de la TV Brasil el programa infantil *Dango Balango*; la revista electrónica *Alto falante*, que explota el universo de la música pop; el programa *Rede Jovem Cidadania*, que aborda temas de la ciudadanía y la cultura; el programa de deportes y ecoturismo *+Ação* y el programa *Diverso*, que aborda semanalmente temas de la cultura urbana.

De la TV Cultura do Pará, son exhibidos los programas *Catalendas*, teatro de muñecos que narra el rico universo de nuestro folclore, y *Sementes*, programa que aborda el medio ambiente, la ciencia y la tecnología de la Amazonia. De la TV Cultura do Amazonas, la TV Brasil exhibe el programa *Nova Amazonas*, que aborda investigaciones científicas desarrolladas en la región amazónica y la vida de las comunidades que viven en aquella área. De la TV Educativa del Espírito Santo, el programa *TV é Ciencia*, dedicado a las innovaciones tecnológicas y el avance el campo de la ciencia. De la TV Rede Paulista, la TV Brasil transmite el programa *Opção Saúde*, que aborda temas como vida saludable, actividades físicas y calidad de vida; de la TVT, el programa *Bom para Todos*, con entrevistas especializadas en

temas relevantes para el día a día del ciudadano. El programa *O Brasil tem Disso* se realiza por todas las emisoras de la red, que colaboran con reportajes sobre cultura, arte, conducta y diversidad.

A diferencia de las redes de emisoras privadas, en las que la producción de los programas queda centralizada en eje Rio de Janeiro y São Paulo, el modelo de la Red de Televisión Pública implantado por la EBC expresa la diversidad a través de la producción audiovisual descentralizada hecha por las emisoras en las diversas regiones del país. La Carta de Brasíla dice que “la TV pública debe ser la mayor expresión de las diversidades de género, étnico-racial, cultural y social brasileñas, promoviendo el diálogo entre las múltiples identidades del país”, y la Constitución en su artículo 221, como se ha señalado en esta tesis, dice que la producción de las emisoras debe atender a los principios de regionalización de la producción cultural, artística y periodística. La TV Brasil, a través de la Red Nacional de Televisión Pública, viene cumpliendo con ese principio constitucional con su red de emisoras.

6. Conclusiones

En este capítulo final se exponen las conclusiones alcanzadas tras el trabajo de investigación realizado. Pretendemos responder a los interrogantes planteados al inicio de la tesis, cuyo objetivo general es analizar la creación y el proceso de implantación de la TV Brasil, televisión pública nacional, en señal abierta, creada a partir de una decisión política del expresidente Luiz Inácio Lula da Silva durante la celebración del I Foro Nacional de TVs Públicas en 2007.

La lucha por la democratización y el acceso plural a los medios de comunicación (sector cuya principal característica en Brasil es la concentración, con influencia de la televisión comercial y relevancia de los poderes políticos), es una historia antigua en la que la televisión pública siempre estuvo al margen, casi sin visibilidad y sin fuerza en un escenario dominado por la iniciativa privada. La televisión es uno de los medios de comunicación más importantes en cualquier sociedad. Es también un hilo conductor en la construcción de los imaginarios sociales con sus imágenes de mundo.

La creación de la Empresa Brasil de Comunicación (EBC), con la misión de gestionar los medios públicos brasileños y la implantación de la TV Brasil, además de atender a las reivindicaciones de la sociedad y de las entidades volcadas en la democratización de la comunicación en el país y sobre todo lo que dicta la Constitución en su artículo 223 (que predica el principio de la complementariedad de los sistemas privado, público y estatales), creó la base legal para la implantación del sistema público nacional, lo que significó un nuevo reordenamiento del espacio mediático brasileño, en el que, históricamente, las emisoras públicas ocuparon un espacio de “complementariedad marginal”, como se ha señalado en esta tesis (Valente, 2009).

Los resultados de la investigación a partir de los objetivos y de las cuestiones centrales expuestas permiten que retomemos en estas conclusiones el análisis y la interpretación de la discusión establecida, pudiendo en esta fase responder a las

hipótesis planteadas, confirmadas o planteadas a partir de los resultados obtenidos mediante la investigación documental, bibliográfica y las entrevistas realizadas. Vayamos sobre las hipótesis.

Consideramos que la hipótesis 1 afirma que el gobierno Lula estableció la creación de la TV Brasil y de la Empresa Brasileña de Comunicación con el propósito de contar con un medio de comunicación que, al mismo tiempo que servía como difusor de cultura y de la educación, también podía ser propagador de las acciones de la gestión y de la política gubernamental. Esta hipótesis ha sido confirmada, teniendo en cuenta que el material analizado hace evidente que uno de los objetivos del gobierno Lula era control. Históricamente, aparece en documentos del Partido de los Trabajadores (PT), partido del expresidente Lula, una defensa de la democratización de las comunicaciones y de ataque a los medios de comunicación privados. En la investigación se ha comprobado, a través de la investigación bibliografía y de las entrevistas en profundidad, que el expresidente estaba insatisfecho con el tratamiento que los medios de comunicación daban a su gobierno, incluso a pesar de que él mismo intentaba mantener una relación conciliadora y amigable con los empresarios de la comunicación. Por tanto, puede considerarse que la hipótesis 1 es verdadera, aunque no aparezca de forma transparente ni directa en la portaría de creación o en los documentos gubernamentales.

La hipótesis 2, que indica que la financiación de la TV Brasil podría poner en peligro la independencia de la emisora pública, se comprueba parcialmente. El modelo de financiación de la TV Brasil la hace dependiente del gobierno, ya que el presupuesto se adecúa a la programación prevista en la Ley Presupuestaria y puede llegar a ser reducido en función de una posible deficiencia de ingresos por parte del gobierno, o bien por cuestiones políticas. La demás fuentes de ingresos, como la publicidad institucional, el apoyo cultural bajo forma de patrocinio de programas, prestaciones de servicio y licencias no representan una fuente significativa de aportes. Sin embargo, aunque el modelo de financiación previsto en la legislación indica otras fuentes de captación de recursos, el principal financiador de la emisora pública es el gobierno, que es también su principal cliente. La emisora no es del todo

independiente y puede sufrir, dependiendo del gobierno que asuma la Presidencia de la República, medidas coercitivas desde el punto de vista económico.

Dicha situación puede llegar a cambiar y haber un equilibrio entre el aporte del gobierno y las demás fuentes cuando la justicia tenga un parecer favorable al pago por parte de las operadoras de telefonía de la Contribución para el Fomento a la Radiodifusión Pública, previsto en la Ley 11.652, artículo 11, II, que está siendo cuestionado por las operadoras.

Aunque reconozcamos la necesidad de cambios en la financiación, entendemos también que se trata de un proceso en construcción; la propia emisora a través de su empresa gestora, la EBC, ha promovido seminarios para discutir formas alternativas de financiación para el fortalecimiento del sistema público de comunicación.

Por último, la hipótesis 3 sostiene que la TV Brasil estableció un nuevo marco en la división mediática y de visibilidad con impacto sobre los conglomerados, afirmación que puede considerarse confirmada parcialmente, teniendo en cuenta que, a pesar del impacto de la TV Brasil como un canal paralelo a los canales privados ya establecidos, la fuerza de las emisoras concesionarias no se vio afectada demasiado; la distribución de los ingresos publicitarios (el principal temor de los grupos de comunicación en cuanto a la creación de la TV Brasil) no se vio alterada y esos grupos de comunicación continuaron siendo los principales beneficiarios del reparto de la “tarta publicitaria” después de la implantación de la emisora pública. Con respecto a la audiencia, la presencia de la TV Brasil y su Red Nacional de Televisión Pública no alteró los índices de las emisoras privadas, que perdieron espacio a causa otros medios y otras formas de consumo de información por los ciudadanos. La TV Brasil y su red no lograron capitanear para sí una parcela de la audiencia de las emisoras privadas. Además, fue necesaria una gran inversión en infraestructura (transmisores, torres y antenas) que le permitirá ampliar la transmisión a regiones que no son contempladas por la red.

La coyuntura en la que se realiza esta tesis remite también a un escenario de profundas transformaciones en el sector audiovisual, especialmente en la televisión en Brasil, escenario en el que la televisión abierta ve cómo su audiencia disminuye a causa de numerosos factores coyunturales, que abarcan los aspectos tecnológicos y los cambios de consumo del público. Desde el punto de vista tecnológico, se sabe que hubo una evolución del contexto analógico para la total digitalización de las operaciones de captura, transmisión y recepción desde la década de los 90 hasta el momento actual de TV digital, 4k y 3D. En la oscilación de la audiencia, las emisoras de televisión se han encontrado con una audiencia menos masiva (concentrada y homogénea, que perduró durante todo el siglo XX) y distribuida por multiplataformas como internet, dispositivos móviles a través de aplicaciones o televisión por cable por signatura. Nuestra investigación está, portanto, inserta en este escenario, con todos los cambios estructurales relacionados con las emisoras de televisión privadas y públicas. Como resultado de este contexto, las hipótesis formuladas apuntan, en algún nivel, hacia este horizonte de dimensión tecnológica, política y cultural.

Los resultados alcanzados y la discusión planteada en esta tesis contribuyen a una comprensión detallada del contexto de la implantación de la TV Brasil, teniendo en cuenta la perspectiva histórica del surgimiento de la TV en Brasil y su desarrollo hasta el modelo de televisión digital. Para un análisis futuro, se han visualizado desdoblamientos en lo relacionado a la observación del fenómeno de la TV pública, TV Brasil, que pueden representar nuevas líneas de investigación. En primer lugar, se observa un vacío en la investigación sobre la programación de la emisora a partir del control social de un Consejo Curador. ¿Cómo se refleja esto en la calidad de la producción, más allá del control social? Consideramos que ese modelo inédito de gestión de una emisora de carácter público en Brasil merece nuevos análisis, teniendo en cuenta que las organizaciones que luchan por la democratización de los medios de comunicación de masas defienden para las emisoras privadas algún tipo de control social y este siempre ha sido rechazado. Analizar el modelo de la TV Brasil puede arrojar luz sobre recorridos que compatibilicen la gestión y la calidad de la programación, así como la diversidad y las identidades regionales, un aspecto

ignorado en las emisoras privadas de TV, que concentran su visión a partir del sur y el sudeste del país.

Un segundo aspecto se refiere a la percepción de las inversiones publicitarias del Estado a partir de una definición técnica para su distribución. En el mapa de esa distribución, como se ha señalado en el trabajo, el 67% de la inversión está concentrada en la TV, relegando a otros medios con penetración y bajos costes como la radio o incluso el cine. En nuestra opinión, la decisión a favor de un posicionamiento meramente técnico ignora la condición de la audiencia, no uniforme en un país de dimensiones continentales como Brasil. Por lo tanto, nuevos estudios en esta dirección pueden apuntar las posibles distorsiones del modelo. Además, la inversión del estado en los grupos privados de medios podría disminuirse para favorecer a las radios y TVs comunitarias y públicas como forma de poner en valor, en los distintos lugares, las culturas e identidades sociales sin que se vean afectadas por la homogeneización de los conglomerados comunicacionales fomentados en el país. Al sustituir prácticamente el mercado en las inversiones, el gobierno federal acaba reforzando la noción de monopolio de los conglomerados y del modelo que perdura en Brasil desde la década de los 50, años de la génesis de la TV en Brasil. Como opción para financiar la televisión pública, las emisoras privadas pueden contribuir pagando una tasa sobre la cantidad que recaudan con la publicidad. La TV pública podría representar la quiebra de la lógica de mercado, pero los gobiernos se muestran recelosos a la adopción de un modelo alternativo que suponga un desgaste político con el desplazamiento del dinero publicitario hacia el interés público y hacia los medios de naturaleza pública.

En este sentido, se resalta la pertinencia y el esfuerzo de esta tesis al abordar un fenómeno con impacto social y cultural en la vida de los brasileños: la televisión pública y, en particular, la TV Brasil. Los desdoblamientos de la iniciativa de la creación de la emisora y su contexto socio-político reflejan los resultados encontrados en el periodo objeto de investigación y que aquí se retrata y analiza pretendiendo comprender el fenómeno. Así, se considera que esta tesis contribuye a la ampliación de la literatura sobre las televisiones públicas y los diferentes modelos

y negociaciones para su establecimiento frente a un mercado de comunicación capitalista y de fuertes conglomerados mediáticos que dictan lo que el público ve, no lo que el público quiere ver en términos de identidad.

Después de 58 años de la implantación de la televisión en Brasil a través de la iniciativa privada, se establecieron mecanismos, a través de una legislación específica, para tener una televisión pública nacional. TV Brasil representa un avance en la democratización y el acceso a los medios de comunicación por el importante papel que desempeñan los medios públicos en la sociedad, con respeto a la diversidad cultural y regional y a la pluralidad de opinión. Un sistema fuerte de medios públicos de comunicación puede funcionar como una ventana de acceso a contenidos culturales, información plural y participación ciudadana a través de una producción independiente que retrate la diversidad cultural y étnica en Brasil. El aspecto fundamental de la implantación de la TV es la posibilidad de democratizar de forma más efectiva el acceso a contenidos audiovisuales brasileños y a programas periodísticos distintos, más allá de la producción o generación de contenidos de carácter educativo.

Por tanto, con esta tesis se cierra un ciclo de investigación a partir de la delimitación del objeto de estudio propuesto y se abren nuevas perspectivas de análisis a partir de los indicadores y de las nuevas cuestiones que surgen de los resultados y del análisis realizado sobre el objeto de estudio. Pretendemos dar continuidad a estas cuestiones en un futuro posdoctorado y en proyectos de investigación en la universidad sobre el futuro de la televisión pública en Brasil y América Latina frente a los nuevos escenarios basados en modelos de negocio relacionados con las tecnologías y el cambio de consumo.

7. Referencias

- Abdalla, R., Chianca, L., y García, Á. (2013). *Brasil 4D Estudio de Impacto Socioeconómico sobre a TV Digital Pública Interativa*. Brasília. Recuperado de: http://www.ebc.com.br/sites/default/files/brasil_4d.pdf Acceso el 29 de enero de 2014.
- Acevedo, R. (12 de diciembre de 2007). CPMF2- Se adiar decisão, governo perde R\$ 9,2 bilhões. Recuperado de: <http://veja.abril.com.br/blog/reinaldo/geral/cpmf-2-se-adiar-decisao-governo-perde-r-9-2-bilhoes/> Acceso el 20 de mayo de 2014.
- Acselrad, M., y De Lima, N. M. F. (2013). “La TV Brasil” e a democratização da televisão brasileira no atual cenário de concentração midiática. *Eptic Online*, 15 (2), 102-120.
- Agencia Câmara de Notícias (7 de agosto de 2006). *Falta de financiamento é maior problema da TV educativa*. Recuperado de: <http://www2.camara.leg.br/camaranoticias/noticias/91961.html> Acceso el 14 de diciembre de 2014.
- Agência Nacional do Cinema (2013). *Plano de diretrizes e metas para o audiovisual: o Brasil de todos os olhares para todas as telas* (1ª ed.). Rio de Janeiro: Agência Nacional do Cinema. Recuperado de: <http://www.ancine.gov.br/sites/default/files/folhetos/PDM%202013.pdf> Acceso el 12 de abril de 2015.
- ANDI (Agência de Notícias dos Direitos da Infância). (2007). *Mídia e políticas públicas de comunicação*. Brasília.
- Arroyo, L., Becerra, M., García Castillejo, Á. y Santamaría, O. (2012). *Cajas mágicas: el renacimiento de la tv pública en América Latina*. Madrid: Tecnos.
- Badillo, Á. y Marenghi, P. (2011). Estándares tecnológicos, batallas económicas y la transición digital del audiovisual terrestre en Latinoamérica. En Á. Badillo y F. Sierra (Eds.), *La transición a la televisión digital terrestre en Iberoamérica: diagnóstico y prospectiva* (pp. 15-55). Quito, Ecuador: CIESPAL.

- Balera, F. P. (2009). Medida Provisória: o controle dos requisitos constitucionais de relevancia e urgência pelo Congresso Nacional e pelo STF. *Revista Brasileira de Direito Constitucional*, 14, 25-52.
- Barbosa Filho, André. (2013). *Brasil 4D Estudo de Impacto Socioeconômico sobre a TV Digital Pública Interativa*. Brasília. Recuperado de: http://www.ebc.com.br/sites/default/files/brasil_4d.pdf Acceso el 29 de enero de 2014.
- Banerjee, I. y Seneviratne, K. (2006). *Radiotelevisión de servicio público: un manual de mejores prácticas* (1ª ed.). UNESCO. - San José, C.R.: Oficina de la UNESCO para América Central, 2006.
- Barros Filho, E. A. (2010). *Por uma televisão Cultural-educativa: a Tv Cultura de São Paulo, 1960-1974*. Dissertação de Mestrado (Mestrado em História). Universidade Estadual Paulista. São Paulo. Recuperado de: http://repositorio.unesp.br/bitstream/handle/11449/93375/barrosfilho_ea_me_asis.pdf?sequence=1 Acceso en mayo 2014.
- Batista, L. (26 de junio de 2009). *Escopo restrito de audiencia da EBC gera críticas*. Recuperado de: <http://www.intervozes.org.br/direitoacomunicacao/?p=22978> Acceso el 20 de septiembre de 2012.
- Berbert, L. (22 de abril de 2015). *Lucro da EBC avança 550% em 2014 para 95,2 milhões*. Recuperado de: <http://convergecom.com.br/telaviva/paytv/22/04/2015/lucro-da-ebc-avanca-550-em-2014-para-r-952-milhoes/> Acceso el 10 de junio de 2015.
- Becerra, M. y Waisbord, S. (2015). *Principios y “buenas prácticas” para los medios públicos en América Latina*. Cuadernos de Discusión de Comunicación e Información 3. Montevideo, Uruguay: UNESCO para América Latina y el Caribe.
- Blumler, J. G. (1993). *Televisión e interés público*. Barcelona: Bosch Editorial.
- BN Justicia (18 de marzo de 2013). *Justiça Federal considera constitucional contribuição para a radiodifusão pública*. Recuperado de: <http://www.bahianoticias.com.br/justica/noticia/45839-justica-federal-considera-constitucional-contribuicao-para-a-radiodifusao-publica.html> Acceso el 20 de junio de 2015.

- Bocarny Messias, R. (16 de abril de 2013). *Transparência e a desconcentração na publicidade do governo federal*. Recuperado de:
http://observatoriodaimprensa.com.br/interesse-publico/transparencia_e_a_desconcentracao_na_publicidade_do_governo_federal/ Acesso el 20 de abril de 2015.
- Bolaño, C. R. S. (2007). *Qual a lógica das políticas de comunicação no Brasil*. São Paulo: Paulus.
- Bolaño, C. R. S. (2008). O mercado brasileiro de televisão, 40 anos depois. En V. C. Brittos y C. R. S. Bolaño, *TV Pública, políticas de comunicação e democratização: movimentos conjunturais e mudança estrutural*. Revista de Economía Política de la Información y Comunicación, X, (3).
- Bolaño, C. R. S. y Brittos, V. C. (2008). TV pública, políticas de comunicação e democratização: movimientos conjunturais e mudança estrutural. *Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación*, X (3), 1-14. Disponible en:
http://ftp.jornalgn.com.br/sites/default/files/documentos/TV_Publica_politicas_de_com._e_democratizacao.pdf
- Borelli, S. H. S. (2005). *Telenovelas: padrão de produção e matrizes populares*. En V. C. Brittos y C. R. S. Bolaño (orgs), *Rede Globo. 40 anos de poder e hegemonia*. São Paulo: Paulus.
- Borges, A. R.; Arreguy, S., y Sousa, L. (2012). O auge e o declínio da programação infantil na TV comercial brasileira. *Mediação*, 14 (15).
- Brasil, A (18 de agosto de 2009). Denúncias y baixarias esquentam a guerra e os telejornais. Recuperado de:
<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=551JDB001>. Acesso el 2 de abril de 2011.
- Brasil (1931). Decreto nº 20.047, de 27 de Maio de 1931. Regula a execução dos serviços de radiocomunicações no território nacional. Recuperado de:
<http://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1930-1939/decreto-20047-27-maio-1931-519074-publicacaooriginal-1-pe.html> Acesso el 2 de abril de 2013.
- Brasil (1932). Decreto 21.111, de 1932. Aprova o Regulamento para a execução dos Serviços de radiocomunicação no território Nacional. Recuperado de:
<http://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1930-1939/decreto-21111-1->

marco-1932-498282-publicacaooriginal-81840-pe.html. Acesso el 5 de mayo de 2014.

Brasil (1934). Decreto 24.655, de 1934. Dispõe sobre a concessão e a execução dos serviços de radiodifusão e dá outras providências. Recuperado de: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/1930-1949/D24655impresao.htm Acesso en mayo 2015.

Brasil (1940). Decreto-Lei nº 2.073, de 8 de Março de 1940. Incorpora ao patrimônio da União a Estrada de Ferro São Paulo - Rio Grande e as empresas a ela filiadas. Recuperado de: <http://www2.camara.leg.br/legin/fed/declei/1940-1949/decreto-lei-2073-8-marco-1940-412107-publicacaooriginal-1-pe.html> Acesso el 17 de abril de 2014.

Brasil (1946). Constituição da República Federativa do Brasil de 1946. Recuperado de: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituicao46.htm. Acesso el 5 de mayo de 2014.

Brasil (1951). Decreto nº 29.783, de 19 de Julho de 1951. Altera alguns dispositivos do regulamento aprovado pelo Decreto nº 21.111, de 1º de março de 1932, e estabelece novas normas para a execução dos serviços de radiodifusão e radiocomunicação em territórios nacional, complementares das estipuladas naquele regulamento. Recuperado de: <http://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1950-1959/decreto-29783-19-julho-1951-337396-publicacaooriginal-1-pe.html> Acesso el 10 de abril de 2013.

Brasil (1952). Decreto nº 31.835, de 21 de novembro de 1952. Aprova as normas e o plano de atribuição e distribuição de canais para o serviço de televisão no Brasil. Recuperado de: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/1950-1969/D31835impresao.htm Acesso el 4 de mayo de 2014.

Brasil (1957). Decreto-Lei 42.939, de 30 de diciembre de 1957. Recuperado de: <http://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1950-1959/decreto-42939-30-dezembro-1957-381991-norma-pe.html> Acesso el 02 de abril de 2013.

Brasil (1960). Decreto 49.259 de noviembre de 1960. Institui a Companhia de Radiodifusão Educativa. Recuperado: <http://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1960-1969/decreto-49259-18-novembro-1960-388683-publicacaooriginal-1-pe.html>. Acesso el 9 de junio de 2014.

- Brasil (1961). Decreto nº 50.450, de 12 de Abril de 1961. Regula a projeção de películas cinematográficas e a propaganda comercial através das emissoras de televisão e dá outras providências. Recuperado de:
<http://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1960-1969/decreto-50450-12-abril-1961-390081-republicacao-41719-pe.html> Acceso el 9 de junio de 2013.
- Brasil (1962). Lei nº 4.117, de 27 de Agosto de 1962. Institui o Código Brasileiro de Telecomunicações. Recuperado de:
http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L4117.htm>. Acceso el 2 de abril de 2013.
- Brasil (1963). Decreto nº 52.975, de 31 de Outubro de 1963. Aprova o Regulamento dos serviços de radiodifusão. Recuperado de:
<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/Antigos/D52795.htm> Acceso el 17 de julio de 2013.
- Brasil (1967). Decreto-Lei nº 236, de 28 de Fevereiro de 1967. Complementa e modifica a Lei número 4.117 de 27 de agosto de 1962. Recuperado de:
http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/Del0236.htm Acceso el 2 de abril de 2013.
- Brasil (1988). Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. Recuperado de: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm Acceso el 3 de abril de 2014.
- Brasil (1997). Lei nº 9.472, de 16 de Julho de 1997. Dispõe sobre a organização dos serviços de telecomunicações, a criação e funcionamento de um órgão regulador e outros aspectos institucionais, nos termos da Emenda Constitucional nº 8, de 1995. Recuperado de:
http://www.planalto.gov.br/CCIVIL_03/leis/L9472.htm Acceso el 18 de julio de 2013
- Brasil (2007). Medida Provisória nº 398, de 10 de Outubro de 2007. Institui os princípios e objetivos dos serviços de radiodifusão pública explorados pelo Poder Executivo ou outorgados a entidades de sua administração indireta, autoriza o Poder Executivo a constituir a Empresa Brasil de Comunicação - EBC, e dá outras providências. Recuperado de:
http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2007/Mpv/398impresao.htm Acceso el 15 de marzo de 2014.
- Brasil (2008). Lei 11.652, de 7 de abril de 2008. Institui os princípios e objetivos dos serviços de radiodifusão pública explorados pelo Poder Executivo e autoriza o Poder Executivo a constituir a Empresa Brasil de Comunicação. Recuperado

de: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/111652.htm>. Acceso el 2 de abril de 2011.

- Brittos, V. C. y Bolaño, C. R. S. (orgs). (2005). *Rede Globo: 40 anos de poder e hegemonia*. São Paulo: Paulus.
- Brittos, V. C. y Bolaño, C. R. S. (2007). *A televisão brasileira na era digital: exclusão, esfera pública e movimentos estruturantes*. São Paulo: Paulus.
- Bucci, E. (15 de febrero de 2008). *Uma Radiobrás sem “eira”?* Recuperado de: <http://observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/uma-radiobras-sem-eira/> Acceso el 15 de abril de 2015.
- Bucci, E. (2010). É possível fazer televisão pública no Brasil. *Novos Estudos-CEBRAP*, 88. Recuperado de: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0101-33002010000300001&script=sci_arttext. Acceso el 10 de enero de 2015.
- Bucci, E.; Chiaretti, M., y Fiorini, A. M. (2012). *Indicadores de qualidade nas emissoras - Uma avaliação contemporânea*. Série Debate CI.
- Bucci, E. (2015). *O Estado de narciso: a comunicação pública a serviço da vaidade particular*. São Paulo: Companhia das Letras.
- Bustamante, E. (2004). *La televisión económica. Financiación, estrategias y mercados*. Barcelona: Editorial Gedisa.
- Capparelli, S. et al. (1998). A nova televisão no Brasil e na Argentina. *Revista Intexto*, 2 (4), 1-28.
- Capparelli, S. y De Lima, V. A. (2004). *Televisão: desafios da pós-globalização*. São Paulo: Hacker Editores.
- Capparelli, S. y Santos, S. D. (2002). La televisión en Brasil. En Guillermo Orozco, (coord.), *Historias de la televisión en América Latina*. Barcelona: Gedisa.
- Carmona, B. TV pública no Brasil: um sonho possível? *Revista D'ART*, 48-53. Recuperado de: www.centrocultural.sp.gov.br/revista_dart/pdfs/dart12%20tv%20publica%20n%20brasil%20um%20sonho%20possivel.pdf Acceso el 7 de febrero de 2015.

- Carmona, B. (10 de octubre de 2006). Papel e a contribuição social da TV pública. Recuperado de: www.comciencia.br/comciencia/?section=8&edicao=18&id=182. Acceso el 20 de junio de 2015.
- Carvalho Bayma, I. F. (2001). A concentração da propriedade dos meios de comunicação no Brasil. *Revista Electrónica Internacional de Economía de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación*, pp. 140-172.
- Castells, M. (1999). *A sociedade em rede. A era da informação: economia, sociedade e cultura* (6ª ed). São Paulo: Paz e Terra.
- Carrato, A. (2005). *Possibilidades para a TV Pública no Brasil uma reflexão a partir da experiência da Public Broadcasting System (PBS)*. Anais do XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Rio de Janeiro. Recuperado de: <http://www.observatorioradiodifusao.net.br/index.php/tv-publica-sp-1896426634/605-possibilidades-para-a-tv-publica-no-brasil-uma-reflexao-a-partir-da-experiencia-da-public-broadcasting-system-pbs> Acceso el 7 de abril de 2015.
- Castro, D. (4 de junio de 2006). *Dizimos da Universal leva Record à vice-liderança*. Recuperado de: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq0406200606.htm> Acceso el 2 de septiembre de 2015.
- Castro, D. (28 de marzo 2014). *Lucro da Globo é maior que todo o faturamento anual da Record, 2014*. Recuperado de: <http://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/mercado/lucro-da-globo-e-maior-que-todo-o-faturamento-anual-da-record-2815> Acceso el 8 de abril de 2015.
- Castro, D. (26 de abril de 2015). *TV era feita por “louco” quando Globo foi criada, lembra Boni*. Recuperado de: <http://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/televisao/tv-era-feita-por-loucos-quando-a-globo-foi-criada-lembra-boni-7575> Acceso el 30 de junio de 2015.
- Coller, X. (2000). *Estudio de casos*. Cuadernos metodológicos, 30. Madrid: CIS.
- Correia, G. C. (2009). *Radiodifusão constitui força satélite da política nacional. Anais do III Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política*, São Paulo. Recuperado de: www.compolitica.org/home/wp-content/uploads/2011/01/genira_chagas_correia.pdf Acceso el 25 de junio de 2012.

- Costa, P. O. (1986). *La crisis de la televisión pública*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- Costela, A. (1984). *Comunicação do grito ao satélite*. São Paulo: Editora Mantiqueira.
- Craid, S. (2013). *EBC deverá receber parte dos recursos do FISTEL retidos desde 2009*. Recuperado de: www.ebc.com.br/noticias/brasil/2013/12/ebc-devera-receber-parte-dos-recursos-do-fistel-retidos-desde-2009 Acceso el 10 de abril de 2015.
- Cunha Lima, J. (25 de enero de 2005). *Quem tem medo da ANCINAV*. Recuperado de: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/opiniaofz2501200509.htm> Acceso el 20 de abril de 2015
- Cunha Lima, J. (2008). *Uma história da TV Cultura*. São Paulo: Ed. Imprensa Oficial-Fundação Padre Anchieta.
- Cunha Lima, J. (2011). Três telas para o exercício da cidadania-TV Cultura, TV Futura e La TV Brasil. *Revista Interesse Nacional*, 4 (15). Recuperado de: <http://interessenacional.uol.com.br/index.php/edicao/edicao-numero-15> Acceso el 17 de junio de 2015.
- Dantas, M. (2012). *Da Confecom ao PNBL. Balanço e perspectivas do debate sobre comunicações no Brasil*. 4º Encontro Nacional da ULEPIC-Brasil, UERJ. Rio de Janeiro.
- Datafolha (20 de diciembre de 2010). *Acima das expectativas, Lula encerra mandato com melhor avaliação da história*. Recuperado de: <http://datafolha.folha.uol.com.br/opiniaopublica/2010/12/1211078-acima-das-expectativas-lula-encerra-mandato-com-melhor-avaliacao-da-historia.shtml> Acceso el 20 de marzo de 2014.
- EBC. (2010). *Regimento interno da EBC*. Recuperado de: www.ebc.com.br/acessoainformacao/institucional/regimentos-internos/normas/regimento-interno-aprovado-deliberacao-coadm-002-2012-de-10-01-2012/ Acceso el 1 de junio de 2012.
- EBC (2013). *Somente a verdade. Manual de jornalismo da EBC*. Brasília: EBC.
- EBC (2014). *Plano de Trabalho 2014*.

- EBC (2015). *Planho de Trabalho 2015. Conteúdo e Programação. Diretrizes e Perspectivas-Volume I*. Recuperado de:
<https://vemdarconselho.files.wordpress.com/2015/02/plano-de-trabalho-ebc-2015-vol-i-16-01-2015.pdf> Acceso el 15 de mayo 2015.
- Federico, M. E. B. (1982). *História da comunicação: rádio e TV no Brasil*. Petropólis: Editora Vozes.
- Feltrin, R. (16 de marzo de 2015). *SBT cresce 10% e fatura mais de R\$ 1 bi pela primeira vez*. Recuperado de: <http://celebridades.uol.com.br/ooops/ultimas-noticias/2015/03/16/sbt-cresce-10-e-fatura-mais-de-r-1-bi-pela-primeira-vez.htm> Acceso el 29 de julio 2015.
- Folha de São Paulo (30 de octubre de 2007). PSDB: Tasso agora exige a suspensão da TV Pública. Recuperado de:
<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/brasil/fc3010200714.htm> Acceso el 20 de mayo de 2014.
- Folha de São Paulo (31 de julio de 2009). *Teve que não pega*. Recuperado de:
<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/opiniao/fz3107200902.htm> Acceso el 20 mayo de 2014.
- Forum Brasil de Comunicação Pública 2014 (2014). *Plataforma pelo fortalecimento da comunicação pública*. Recuperado de:
http://www.camara.gov.br/internet/agencia/pdf/Plataforma_final.pdf Acceso el 20 de junio de 2015.
- Forum Nacional pela Democratização da Comunicação-FNDC (2007). *Propostas preliminares para um modelo de radiodifusão pública aplicável aos sistemas estatal e público de comunicação no Brasil*. I Foro Nacional de TVs Públicas: Relatório dos grupos temáticos de trabalho. Brasília: Ministério da Cultura.
- Forum Nacional pela Democratização da Comunicação-FNDC (2015). *Manifesto da Altercom à sociedade brasileira*. Recuperado de: <http://altercom.org.br/sem-categoria/2015/01/16/manifesto-da-altercom-a-sociedade-brasileira/>
- Fradkin, A. (18 de mayo de 2007). *A TVE ou não é?* Recuperado de:
<http://observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/a-tve-ou-nao-e/> Acceso el 10 de septiembre de 2015.
- Fuenzalida, V. (2015). Televisión pública y cambio digital. Tecnología TV-Audiencia-Formatos. *Revista Matrices*, 9 (1), 103-126.

- Fuenzalida, V. (1998). Situación de la televisión pública en América Latina, *Diálogos de la Comunicación*, Felafacs, 53.
- Garcez, J. R. (2007). *Relatório do grupo de trabalho 'migração'*. I Foro nacional de Tv's Públicas: Relatórios dos grupos temáticos de trabalho. Brasília: Volume II- Ministério da Cultura.
- Gil, A. C. (1999). *Métodos e técnicas de pesquisa social*. São Paulo: Atlas.
- GRIM (2011). *Relatório Final do Projeto de Monitoramento da Programação Infantil da EBC*. Recuperado de: http://conselhocurador.ebc.com.br/sites/_conselhocurador/files/relatorio_final_tv_brasil_grim_ufc.pdf Acceso el 10 de enero de 2014.
- Guareschi, P. A.; Biz, O. (2005). *Mídia e democracia*. Porto Alegre: Editora da UFRGS.
- Herz, D. (1987). *A história secreta da Rede Globo*. Porto Alegre: Editora Ortiz.
- Hoineff, N. (30 de noviembre de 2006). *Emissoras Públicas na terra de Maria Candelária*. Recuperado de: <http://observatoriodaimprensa.com.br/tv-em-questao/emissoras-publicas-na-terra-da-maria-candelaria/> Acceso el 15 de junio de 2014.
- Hossoé, H. (2012). *A política de reordenação do sistema público de La TV Brasileiro e o processo de implantação da La TV Brasil*. Programa de Pós-Graduação em Políticas Públicas. Universidade do Maranhão.
- IBGE (2000). *Tendências demográficas no período de 1950/2000*. Recuperado de: http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/censo2000/tendencias_demograficas/comentarios.pdf Acceso el 15 de febrero de 2014.
- IBOPE (Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística). *Investimentos publicitários somam US\$ 88,9 Bilhões na América Latina*. Recuperado de: <http://www.ibope.com.br/pt-br/noticias/Paginas/Investimentos-publicitarios-somam-88-9-bilhoes-na-America-Latina.aspx> Acceso el 10 de abril de 2015.
- Intervozes (2007). *Concessões de Rádio e TV onde a democracia ainda não chegou*. Boletim Informativo, 2007. Recuperado de: <http://www.intervozes.org.br/arquivos/interrev001crtodnc>. Acceso el 14 marzo de 2014.

- Intervozes (7 de abril de 2008). *Jornalista demitido acusa Planalto de interferir na La TV Brasil*. Recuperado de: <http://www.intervozes.org.br/direitoacomunicacao/?p=20884> Acceso el 10 de enero de 2014.
- Intervozes (2009). *Sistemas públicos de comunicação no mundo: experiência de doze países e o caso brasileiro*. São Paulo: Paulus.
- Intervozes (20 de noviembre de 2014). *Plataforma pelo fortalecimento da comunicação pública no Brasil*. Recuperado de: <http://intervozes.org.br/forum-brasil-de-comunicacao-publica-2014-rearticula-luta-pelo-fortalecimento-do-setor-confira-a-carta-de-brasilia/> Acceso el 20 de junio de 2015.
- Intervozes (2015). *Caminhos para a luta pelo Direito à comunicação no Brasil como combater as ilegalidades no rádio e na TV*. São Paulo. Recuperado de: <http://intervozes.org.br/arquivos/interman004cldcnb> Acceso el 3 de noviembre de 2015
- Iosifidis, P. (2010). Retos y estrategias. Servicio público de televisión en Europa. *Infoamérica-Iberoamerican Communication Review*, 3-4.
- Jamero, O. (2002). *A TV no Brasil do século XX*. Salvador: Edufba.
- Jamero, O., et al. (2004). *Tempos de Vargas: o rádio e o controle da informação [online]*. Salvador: EDUFBA.
- Jardim, L. (2015). *E a compra da Record?* Recuperado de: <http://veja.abril.com.br/blog/radar-on-line/televisao/o-que-edir-macedo-nao-esclareceu-em-entrevista-para-o-sbt/> Acceso el 1 de septiembre de 2015.
- Jiménez, K. (31 de enero de 2014). *TV Cultura é o segundo canal de maior qualidade do mundo, Globo é 28º, aponta pesquisa*. Recuperado de: <http://f5.folha.uol.com.br/televisao/2014/01/1405187-tv-cultura-e-o-segundo-canal-de-maior-qualidade-do-mundo-globo-e-28-aponta-pesquisa.shtml> Acceso el 18 de febrero de 2015.
- Lassance, A. (15 de julio de 2015). *Governo Federal financia mídia cartelizada, mais cara e menos plural*. Recuperado de: <http://observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/governo-federal-financia-midia-cartelizada-mais-cara-e-menos-plural/> Acceso el 10 de septiembre de 2015.

- Lattaman-Weltman, F. Brasil de Jk-Televisão. Recuperado de:
<https://cpdoc.fgv.br/producao/dossies/JK/artigos/Sociedade/Televisao>. Acceso el 20 de mayo de 2014.
- Leal Filho, L. (1997). *A melhor TV do mundo: o modelo britânico de televisão* (2ª Ed.). São Paulo: Sammus editorial.
- Leal Filho, L. (2003). A TV Publica. En Esther Hamburguer y Eugênio Bucci (org.), *A TV aos 50. Criticando a televisão brasileira no seu cinquentenário*. São Paulo: Perseu Abramo.
- Leal Filho, L. (2003). *O legado do poder*. Recuperado de
<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos/asp1208200392.htm>
Acceso el 20 de junio de 2014.
- Leal Filho, L. (2006). *A TV sob controle: a resposta da sociedade ao poder da televisão*. São Paulo: Summus.
- Leal Filho, L. (2009). A televisão pública brasileira, um vazio histórico. En F. G. Haussen y V. C. Brittos (org.), *Economia política, comunicação e cultura* (v. 1, pp. 57-72) Porto Alegre: EDIPUCRS.
- Leal Filho, L. (2009). *Sistemas públicos de comunicação no mundo: experiências de doze países e o caso brasileiro*. São Paulo: Paulus.
- Liedtke, P. F. e Aguiar, I. (2011). *Políticas Públicas de Comunicação no Governo Lula (2003-2010): Avanços e retrocesos rumo à democratização do setor*. XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Recife, PE.
Recuperado de:
<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2011/resumos/R6-0897-1.pdf>
Acceso el 12 de mayo de 2014.
- Lima, V. A. de (2006). *Mídia: crise política e poder no Brasil*. São Paulo: Perseu Abramo.
- Lima, V. A. de (2009). *Três anos de ilegalidade*. Recuperado de:
<http://observatoriodaimprensa.com.br/interesse-publico/tres-anos-de-ilegalidade/> Acceso el 20 de mayo de 2014.

- Lima, V. A. de (2010). *O balanço dos governos Lula*. Disponible en:
<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/o-balanco-dos-governos-lula> Acceso el 15 de febrero de 2015.
- Lima, V. A. de (7 de mayo de 2010). Enfim, uma rede pública de televisão: nasce a RNCP. Recuperado de <http://cartamaior.com.br/?/Coluna/Enfim-uma-rede-publica-de-televisao-nasce-a-RNCP/22172> Acceso el 20 de marzo de 2015
- Lima, V. A., y Lopes, C. A. (2007). *Rádios Comunitárias. Coronelismo eletrônico de novo tipo (1999-2004). As autorizações de emissoras como moeda de barganha política*. Observatório da imprensa. Recuperado de:
http://observatoriodaimprensa.com.br/download/Coronelismo_eletronico_de_novo_tipo.pdf Acceso el 12 de mayo de 2012.
- Lobato, E. (1 de diciembre de 2007). *Até oposição pressiona em favor da EBC*. Recuperado de:
<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/brasil/fc0112200734.htm> Acceso el 7 de junio de 2014.
- Lobato, E. (26 de agosto de 2009). *Altar eletrônico*. Recuperado de:
<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos.asp?cod=552ASP015> Acceso el de 20 abril de 2010.
- Lobato, E. (26 de agosto de 2009). *Mídia e Religião*. Recuperado de:
<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos.asp?cod=552ASP015> Acceso el 20 de abril de 2010.
- Lopes, C. A. (2009). *Regulação das outorgas de radiodifusão no Brasil – uma breve análise*. Recuperado de: http://www2.camara.leg.br/documentos-e-pesquisa/publicacoes/estnottec/areas-da-conle/tema4/2009_10868.pdf Acceso el 25 de marzo de 2015.
- Lopes, C. A. (2011). *Regulação das outorgas de radiodifusão no Brasil-uma breve análise*. Brasília: Câmara dos Deputados. Recuperado de:
[file:///C:/Users/Usu%C3%A1rio/Downloads/regulacao_outorgas_lopes%20\(3\).pdf](file:///C:/Users/Usu%C3%A1rio/Downloads/regulacao_outorgas_lopes%20(3).pdf) Acceso el 3 de octubre de 2015.
- Lopes, I. da S. (2015). *La TV Brasil e a construção da Rede Nacional de Televisão Pública*. Jundiaí: Paco Editorial.
- Lucas, W. A. de (2010). Brasil. En J. M. Pérez Tornero y L. Vilches (coords.), *Libro blanco sobre la televisión educativa y cultural en Iberoamerica*.

- Lula da Silva, L. I. (2006). *Lula Presidente. Programa de Governo 2007-2010*. Recuperado de: http://www.fpabramo.org.br/uploads/Programa_de_governo_2007-2010.pdf Acceso el 15 de marzo de 2015.
- Macbride, S. y Unesco (1980). *Um solo mundo, vocês múltiplos: comunicação e informação em nosso tempo: hacia um novo orden undial más justo y eficaz de la información y la comunicación* [Informe de la Comisión Internacional sobre problemas de la Comunicación] París: Fondo de Cultura Económica; UNESCO
- Machado, E., y Palacios, M. (2007). Um modelo híbrido de pesquisa: a metodologia aplicada pelo GJOL. En C. Lago, *Metodologias de pesquisa em jornalismo*. Petrópolis: Vozes.
- Marconi, M. de A., y Lakatos, E. M. (2007). *Técnicas de Pesquisa* (6ª Edição revista e ampliada). São Paulo: Editora Atlas S.A
- Marthe, M. (2009). Um corpo de duas Cabeças. *Revista Veja*, 42 (33), 88-89.
- Martín-Barbero, J. (2001). En O. Rincón (comp.), *Televisión Pública: del consumidor al ciudadano*. Bogotá- Colombia.
- Mastrini, G. y Becerra, M. (2007). Presente y tendencias de la concentración de medios en América Latina. *Zer-Revista de Estudios de Comunicación*, 12(22).
- Mastrini, G. (2011). Medios públicos y derecho a la comunicación. *Revista Herramienta*, 47. Recuperado de <http://www.herramienta.com.ar/revista-herramienta-n-47/medios-publicos-y-derecho-la-comunicacion> Acceso el 20 de noviembre de 2015.
- Mathias, S. K. (2004). *A militarização da burocracia: a participação militar na administração federal das comunicações e da educação (1963-1990)*. São Paulo: Editora UNESP.
- Mattos, F. y Simões, C. F. (2005). Elementos histórico-regulatórios da Televisão brasileira. En V. C. Brittos y C. R. S. Bolaño (orgs.), *Rede Globo. 40 anos de poder e hegemonia*. São Paulo: Paulus.
- Mattos, S. (1984). Advertising and Government Influences: The case of Brazilian Television. *Communication Research*, 11, (2), 203-220.

- Mattos, S. (1990). *Um perfil da La TV Brasileira: 40 anos de história (1950-1990)*. Salvador (BA): A Tarde. (Associação Brasileira de Agências de Propaganda).
- Mattos, S. (2002). *A história da televisão brasileira: uma visão econômica, social e política* (2ª ed.). Petrópolis: Editora Vozes.
- May, T. (2004). *Pesquisa social - questões, métodos e processos*. Porto Alegre: Artmed Editora.
- Mazziotti, N. (2001). Los géneros en la televisión pública. En O. G. Rincón (comp.), *Televisión pública del consumidor al ciudadano*. Bogotá: Convenio Andrés Bello.
- Mendel, T. y Salomon, E. (2011). *O ambiente regulatório para a radiodifusão: uma pesquisa de melhores práticas para os atores-chave brasileiros*. Brasília: Unesco.
- Grupo de Mídia (2014). *Midía Dados Brasil 2014*. Recuperado de: <http://sunflower2.digitalpages.com.br/html/reader/119/38924> Acceso el 3 de enero de 2015.
- Miguel, L. F. (2002). *Política e mídia no Brasil*. São Paulo: Editora Plano.
- Mikevis, D. (17 de junio de 2008). *Orlando Senna diz ter deixado La TV Brasil por discordar da gestão; leia nota*. Recuperado de: <http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2008/06/413423-orlando-senna-diz-ter-deixado-tv-brasil-por-discordar-da-gestao-leia-nota.shtml> Acceso el 20 de junio de 2013.
- Milanez, L. (2007). *TVE Brasil cenas de uma história*. Rio de Janeiro: Acerp.
- Ministério Da Cultura. (2006). *I Foro Nacional de TVs Públicas. Diagnóstico do Campo Público de Televisão*. Volume I. Brasília.
- Ministério Da Cultura (2007). *II Foro Nacional de TVs Públicas*. Volume II. Brasília.
- Ministério da Cultura. Secretaria de políticas culturais (2012). *As metas do plano nacional de cultura, 2012*.

- Ministério Da Educação E Cultura (1965). *Teleducação no Brasil um documentário. Centro Brasileiro de pesquisas Educacionais-INEP*. Rio de Janeiro. Recuperado de: <http://livros01.livrosgratis.com.br/me001816.pdf> Acceso el 7 de abril de 2015.
- Ministério Das Comunicaciones (2009). *Informações sobre a 1ª Conferência Nacional de Comunicação (Confecom), realizada em 2009*. Recuperado de: <http://www.mc.gov.br/acessoainformacao/servico-de-informacoes-ao-cidadao-sic/respostas-a-pedidos-de-informacao/25143-dados-sobre-a-1-conferencia-nacional-de> Acceso el 12 de junio de 2015.
- Ministério das Comunicações (30 de mayo de 2011). *MiniCom coloca na internet todos os dados de outorga*. Recuperado de: <http://www.mc.gov.br/o-Ministerio/36-noticias/23488-30052011-minicom-coloca-na-internet-todos-os-dados-de-outorga>. Acceso el 29 de diciembre de 2014.
- Moraes, D de. (2009) *A batalha da mídia: governos progressistas e políticas de comunicação na América Latina e outros ensaios*. Rio de Janeiro: Pão e Rosas.
- Moragas, M. de, y Prado, E. (2001). *Repensar la televisión pública en el contexto digital*. Barcelona: Portal de la Comunicación, Observatorio de las Políticas de Comunicación. Recuperado de: <http://portalcomunicacion.com/observa/polis/i2.html> Acceso el 20 de septiembre de 2013.
- Morais, F. (1994). *Chatô: o rei do Brasil. A vida de Assis Chateaubriand*. São Paulo: Companhia das Letras.
- Motter, P. (1994). O uso político das concessões das emissoras de rádio e televisão no governo Sarney. *Comunicação y Política*, 1 (1).
- Nazareno, C. (2007). *A implantação da TV Pública no Brasil. Consultoria Legislativa*. Câmara dos Deputados, Brasília. Recuperado de: http://www2.camara.leg.br/documentos-e-pesquisa/publicacoes/estnottec/areas-da-conle/tema4/2007_4317.pdf Acceso el 12 de diciembre de 2013.
- Oliveira, E. Q. de. (2007). O Código Brasileiro de Telecomunicações: Considerações Acerca do Marco Legal. *Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación*, IX (3). Recuperado de: <http://www.seer.ufs.br/index.php/epctic/article/view/315/291> Acceso el 30 de octubre de 2012.

- Oltramari, A. (26 de marzo de 2008). Un dossiê feito para chantagear. *Revista Veja*, edición 2.053.
- Parente, E. (6 de junio de 2014). *La TV Brasil é a maior janela de filmes nacional na TV aberta*. Recuperado de: <http://convergecom.com.br/telaviva/paytv/06/06/2014/tv-brasil-e-maior-janela-de-filme-nacional-na-tv-aberta/> Acceso el 20 de junio de 2015.
- Partido dos Trabalhadores (2002). *Concepções e Diretrizes do Programa de Governo do PT para o Brasil-Lula 2002*. Recuperado de: <http://www.fpabramo.org.br/uploads/concepcaoediretrizesdoprog.pdf> Acceso del 12 de mayo de 2014.
- Pereira, S. (2009). Sistema público de comunicação no Brasil: as conquistas e os desafios. *Observatório do Direito à Comunicação*. Recuperado de: < http://www.direitoacomunicacao.org.br/index2.php?option=com_docman&task=doc_view&gid=485&itemid=99999999> Acceso el 2 de abril de 2014.
- Pieranti, O. P. (2006). Políticas para a mídia: dos militares ao governo Lula. *Revista Lua Nova*, p. 91-121.
- Pieranti, O. P. (2007). *Da Segurança nacional à insegurança jurídica nas telecomunicações: o código brasileiro de telecomunicações, 45 anos depois*. Rio de Janeiro: Editora FVG.
- Pieranti, O. P. (2007). *Políticas públicas para radiodifusão e imprensa* (1. ed.). Rio de Janeiro: Editora FVG.
- Pieranti, O. P. y Matos Martin, P. E. (2007). O código Brasileiro de telecomunicações e a ação dos empresários. En ANDI (Agência Nacional dos Direitos da Infância), *Mídia e políticas públicas de comunicação*. Brasília: ANDI, p. 57-59.
- Pignotti, D. (21 de diciembre de 2009). *O embate entre o governo Lula e a rede Globo*. Recuperado de: <http://cartamaior.com.br/?/Editoria/Politica/O-embate-entre-o-governo-Lula-e-a-rede-Globo/4/15448> Acceso el 15 de febrero de 2012.
- Posseeti, H. (3 de diciembre de 2013). *TIM abre mão de recursos em juízo em favor da EBC por “estratégia”, mas não desiste da ação*. Recuperado de: <http://www.teletime.com.br/03/12/2013/tim-abre-mao-de-recursos-em-juizo->

em-favor-da-ebc-por-estrategia--mas-nao-desiste-da-acao/tt/362939/news.aspx
Acceso el 10 de febrero de 2015.

Poupart, J., Deslauriers, J. P., Groulx, L. H., Laperrière, A., Laperrière, A., Mayer, R., y Pires, A. (2010). *A pesquisa qualitativa - enfoques epistemológicos e metodológicos*. Petrópolis: Vozes.

Prata, J. et al. (1999). *Sergio Motta: o trator em ação*. São Paulo: Geração Editorial.

PwC Brasil. *Mercado de entretenimento e mídia brasileiro chegará a US\$ 71 em 2017*. Recuperado de: <http://www.pwc.com.br/pt/publicacoes/setores-atividade/tice/global-entertainment-media-outlook-2013-2017.jhtml>. Acceso el 24 de abril de 2015.

Ramos, M. C. (2005). A força de um aparelho privado de hegemonia. En V. C. Brittos y C. R. S. Bolaño (orgs.), *Rede Globo: 40 anos de poder e hegemonia*. São Paulo: Paulus, institucional.

Ramos, M. C. (2012). *Empresa Brasil de Comunicação (EBC): uma análise do seu modelo*.

Rebouças, E. (2006). *Estratégia retórica dos “donos” da mídia como escudo ao controle social*. VI Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom. Recuperado de: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2006/resumos/R1683-2.pdf>
Acceso el 1 de agosto de 2014.

Rebouças, E., y Martins, M. (2007). *Evolução da regulamentação da mídia eletrônica no Brasil*. Intercom-Sociedade Brasileira de Estudos interdisciplinares da Comunicação Intercom. V Congresso Nacional da História da Mídia, São Paulo.

Revista Tela Viva (2015). *Investimento em Mídia do Governo Federal*. Revista Tela viva, 257, Ano 24. Recuperado de: http://issuu.com/telaviva/docs/tv_257_tablet?e=1344148/13168434 >. Acceso en junio de 2015.

Rincón, O. (2001). *Televisión Pública: del consumidor al ciudadano*. Bogotá, Colombia.

Rodrigues, F. (2 de julio 2015). *Publicidade federal para mídia alternativa vai a R\$ 9,2 milhões em 2014*. Recuperado de:

<http://fernandorodrigues.blogosfera.uol.com.br/2015/07/02/publicidade-federal-para-midia-alternativa-vai-a-r-92-milhoes-em-2014/>. Acceso el 12 de julio de 2015.

Sánchez, J. L. M. (2008). *La televisión pública en Europa*. Madrid: Fundación Autor.

Santos, S. (2004). *Uma convergência divergente: a centralidade da TV aberta no setor audiovisual brasileiro 2004*. (Tesis Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporâneas). Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador.

Santos, S. (2007). Relações incestuosas: mercado global, empresariado nacional de radiodifusão e líderes políticos locais/ regionais. En J. Freire Filho y M. Herschmann (orgs.), *Novos rumos da cultura da mídia: indústrias, produtos, audiência*. Rio de Janeiro: Maud X.

Sardinha, L. R. (2004). *Radiodifusão: o controle estatal e social sobre suas outorgas*. Belo Horizonte: Mandamentos.

Savazoni, R., y Valente J. (2005). *TV Globo, 40 anos: nada a comemorar*. Recuperado de: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos.asp?cod=327TVQ003> Acceso el 30 de abril de 2015.

Secretaria de Comunicação Social. Pesquisa brasileira de mídia 2015: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira. Brasília: Secom, 2014. Recuperado de: <http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf> Acceso el 24 de agosto de 2015

Seminário la Comunicación Pública en el Proceso de Integración nacional. Diagnóstico Brasileiro (2007). Recuperado de: http://www.direitoacomunicacao.org.br/index2.php?option=com_docman&task=doc_view&gid=164&Itemid=99999999 Acceso el 20 de octubre de 2010.

Severino, A. J. (2007). *Metodologia do trabalho científico* (23º ed.rev. e atual). São Paulo: Cortez.

Severino, L. C. de, Puiata, H., y Lacon, N. (2012). *Escribir una tesis: manual de estrategias de producción*. Córdoba: Comunic-Ate.

- Simions, H. (2011). *El estudio de caso: Teoría y práctica*. Madrid: Ediciones Morata.
- Simões, C. F. y Mattos, F. (2005). Elementos histórico-regulatorios da televisão brasileira. En V. C. Brittos y C. R. S. Bolaño (orgs.), *Rede Globo: 40 anos de poder e hegemonia*. São Paulo: Paulus.
- Simões, I. (2004). *A nossa La TV Brasileira: por um controle social da televisão*. São Paulo: Editora Senac São Paulo.
- Skidmore, T. (1982). *Brasil de Getúlio Vargas a Castelo Branco (1930-1964)* (7ª ed.). Rio de Janeiro: Paz e Terra.
- Stadnik, C. (1991). *A hipótese do fenômeno do Coronelismo Eletrônico e as ligações dos parlamentares federais e governadores com os meios de comunicação de massa no Brasil*. Porto Alegre: Faculdade dos Meios de Comunicação Social, PUC/RS.
- Stake, R. E. (1995). *The Art of Case Study Research*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications
- Stam, G. (2005). Pesquisa traça desenvolvimento do marketing televisivo e fornece dados históricos de audiência. *DiverCidade: Revista do Centro de Estudos da Metropole*, 7. Recuperado de:
<http://www.centrodametropole.org.br/divercidade/numero7/1.html>
- Subchefia para Assuntos Jurídicos (Presidência da República) (2007). EMI nº 4 SECOM-PR/CCivil/MP. Recuperado de:
http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2007/Exm/EMI-04-SECOM_PR-C.CIVIL-MP.htm Acceso el 20 mayo de 2015.
- Tavares, M. (2 de junio de 2012). *Política e mercado*. Recuperado de:
<http://odia.ig.com.br/portal/opiniao/marcus-tavares-pol%C3%ADtica-e-mercado-1.448070>. Acceso el 6 de julio de 2015.
- Teleco (2015). *Estatística de domicílios com rádio e tv no brasil*. Recuperado de:
<http://www.teleco.com.br/nrtv.asp> Acceso el 20 de abril de 2010.
- TeleSíntese (13 de agosto de 2009). *Confecom: a íntegra da nota dos empresários*. Disponible en: <http://www.telesintese.com.br/confecom-a-integra-da-nota-dos-empresarios/> Acceso el 20 de mayo de 2015.

- Teletime. *Brasil supera Rússia e se torna quarto país com mais usuários de Internet*. Recuperado de: <http://www.teletime.com.br/30/05/2014/brasil-supera-russia-e-se-torna-quarto-pais-com-mais-usuarios-de-internet/tt/379503/news.aspx>. Acceso el 7 de abril de 2015.
- Toledo, R. P. de (2002). Saudade do telezinho. *Revista Veja*, edición de 25 de febrero de 2002.
- Tolipan, H. (10 de mayo de 2012). *Globo sobe em ranking e torna-se segunda maior emissora do mundo*. Recuperado de: <http://www.jb.com.br/heloisa-tolipan/noticias/2012/05/09/globo-sobe-em-ranking-e-torna-se-segunda-maior-emissora-do-mundo/> Acceso el 26 de febrero de 2015.
- Torres, R. M. M. (2009). Televisão Pública no Brasil: estudo preliminar sobre suas múltiplas configurações. *Revista Contemporânea*, 12 (1). Recuperado de: http://www.contemporanea.uerj.br/pdf/ed_12/contemporanea_n12_04_rodrigo.pdf
- Torres, R. M. M. (2009). Televisão Pública no Brasil: estudo preliminary sobre suas múltiplas configurações. *Revista Contemporânea*, 7 (1). Recuperado de: <http://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/contemporanea/article/view/347> Acceso el 7 de marzo de 2015.
- Torves, J.C. (2007). *Televisão Pública*. Porto Alegre: Evangraf.
- Tremblay, G. (2014). El espacio de los serviços públicos de comunicación en las sociedades del conocimiento. *Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, 1 (1), pp 1-10.
- TV Brasil (2 de octubre de 2014). *TV Brasil e TV Cultura de São Paulo assinam parceria para troca de conteúdo*. Recuperado de: <http://tvbrasil.ebc.com.br/noticia/2014-10-02-tv-brasil-e-tv-cultura-de-sao-paulo-assinam-parceria-para-troca-de-conteudos> Acceso el 19 de abril de 2015.
- Tuzzo, S. A. (2005). *Deslumbramento coletivo: opinião pública, mídia e universidade*. São Paulo: Annablunme.
- UNESCO. (2006). *Radiotelevisión de servicio público. Un manual de mejores prácticas* (1 ed.). San José Costa Rica: Oficina de la Unesco para América Central.

- UNESCO. (2008). *Indicadores de desarrollo mediático: marco para evaluar el desarrollo de los medios de comunicación social*. Francia.
- UNESCO. (2010). Modelo do Serviço Público de Radiodifusão. En *Indicadores de desenvolvimento da mídia: marco para a avaliação dos meios de comunicação*. Brasília.
- Valente, J. C. L. (2009a). *TV pública no Brasil: a criação da La TV Brasil e sua inserção no modo de regulação setorial da televisão brasileira* (Dissertação de Mestrado). Universidade Federal de Brasília.
- Valente, J. C. L. (2009b). *Sistema Público de comunicação do Brasil. En Sistemas públicos de comunicação no mundo: experiências de doze países e o caso brasileiro*. São Paulo: Paulus, Intervezes.
- Valente, J. (2011). *Da TV Educativa à TV Pública*. Observatório do direito à comunicação. Recuperado de:
<http://www.intervezes.org.br/direitoacomunicacao/?p=25486> Acceso el 14 de septiembre de 2013.
- Vito, D, y Canes, M. (12 de agosto de 2015). Seminário da EBC discute meios de financiamento e participação. Recuperado de:
<http://www.ebc.com.br/noticias/2015/08/seminario-da-ebc-discute-meios-de-financiamento-e-participacao-social> Acceso el 27 de agosto de 2015.
- Wainberg, J. A. (2002). Casa-grande e senzala com antena parabólica: a geopolítica comunicacional brasileira. *Revista Comunicação e Sociedade*, 24 (38), p.141-174.
- Wimmer, M. (2012). *Direitos, Democracia e Acesso aos Meios de Comunicação de Massa* (Tese de Doutorado). Brasília: UnB.
- Wolton, D. (1992). *Elogio del gran público: una teoría crítica de la televisión*. Barcelona: Gedisa.
- Yin, R. K. (2005). *Estudo de caso - planejamento e métodos*. Porto Alegre: Bookman.

Sites consultados

Site Oficial da TV Globo. Recuperado de: <http://redeglobo.globo.com/>. Acceso el 7 de marzo de 2015.

Site Oficial da TV Bandeirantes. Recuperado de: <http://www.band.uol.com.br/tv/>. Acceso el 7 de marzo de 2015.

Site Oficial da Red TV. Recuperado de: <http://www.redetv.uol.com.br/>. Acceso el 7 de marzo 2015.

Site Oficial do SBT. Recuperado de: <http://www.sbt.com.br/home/>. Acceso el 7 de marzo 2015.

Site Oficial da TV Globo. Recuperado de: <http://redeglobo.globo.com/>. Acceso el 7 de marzo 2015.

Site Oficial da TV Bandeirantes. Recuperado de: <http://www.band.uol.com.br/tv/>. Acceso el 7 de marzo 2015.

Site Oficial da Red TV. Recuperado de: <http://www.redetv.uol.com.br/>. Acceso el 7 de marzo 2015.

Site Oficial do SBT. Recuperado de: <http://www.sbt.com.br/home/>. Acceso el 7 de marzo 2015.

ANEXO 1. CARTA DE BRASÍLIA

Manifesto pela TV Pública independente e democrática

Nós, representantes das emissoras Públicas, Educativas, Culturais, Universitárias, Legislativas e Comunitárias, ativistas da sociedade civil e militantes do movimento social, profissionais da cultura, cineastas, produtores independentes, comunicadores, acadêmicos e telespectadores, reunidos em Brasília, afirmamos, em uníssono, que o Brasil precisa, no seu trilhar em busca da democracia com igualdade e justiça social, de TVs Públicas independentes, democráticas e apartidárias.

Nove meses transcorridos desde o chamamento para o 1º Fórum Nacional de TVs Públicas, uma iniciativa pioneira do Ministério da Cultura, por meio da Secretaria do Audiovisual, com apoio da Presidência da República, podemos afirmar que este nosso clamor soma-se aos anseios da sociedade brasileira. Neste processo, o Brasil debateu intensamente a televisão que quer e pretende construir, quando estamos à porta da transição para a era digital.

Nesse período, superamos a dispersão que nos apartava de nós mesmos e descobrimos uma via comum de atuação, que tem como rota o reconhecimento de que somos parte de um mesmo todo, diverso e plural, complementar e dinâmico, articulado em torno do Campo Público de Televisão. Um corpo que se afirma a partir da sua heterogeneidade, mas compartilha visões e concepções comuns.

Os participantes do Fórum afirmam:

- A TV Pública promove a formação crítica do indivíduo para o exercício da cidadania e da democracia;

- A TV Pública deve ser a expressão maior das diversidades de gênero, étnico-racial, cultural e social brasileiras, promovendo o diálogo entre as múltiplas identidades do País;
- A TV Pública deve ser instrumento de universalização dos direitos à informação, à comunicação, à educação e à cultura, bem como dos outros direitos humanos e sociais;
- A TV Pública deve estar ao alcance de todos os cidadãos e cidadãs;
- A TV Pública deve ser independente e autônoma em relação a governos e ao mercado, devendo seu financiamento ter origem em fontes múltiplas, com a participação significativa de orçamentos públicos e de fundos não-contingenciáveis;
- As diretrizes de gestão, programação e a fiscalização dessa programação da TV Pública devem ser atribuição de órgão colegiado deliberativo, representativo da sociedade, no qual o Estado ou o Governo não devem ter maioria; - A TV Pública tem o compromisso de fomentar a produção independente, ampliando significativamente a presença desses conteúdos em sua grade de programação;
- A programação da TV Pública deve contemplar a produção regional;
- A programação da TV Pública não deve estar orientada estritamente por critérios mercadológicos, mas não deve abrir mão de buscar o interesse do maior número possível de telespectadores; - A TV Pública considera o cinema brasileiro um parceiro estratégico para a realização de sua missão e enxerga-se como aliada na expansão da sua produção e difusão;
- O Campo Público de Televisão recebe positivamente a criação e inserção de uma

TV Pública organizada pelo Governo Federal, a partir da fusão de duas instituições integrantes do campo público e promotoras deste Fórum (ACERP e Radiobrás);

E recomendam:

- A nova rede pública organizada pelo Governo Federal deve ampliar e fortalecer, de maneira horizontal, as redes já existentes;

- A regulamentação da Constituição Federal em seu capítulo sobre Comunicação Social, especificamente os artigos 220, 221 e 223;

- O processo em curso deve ser entendido como parte da construção de um sistema público de comunicação, como prevê a Constituição Federal de 1988;

- A construção e adoção de novos parâmetros de aferição de audiência e qualidade que contemplem os objetivos para os quais a TV Pública foi criada;

- A participação decisiva da União em um amplo programa de financiamento voltado para a produção de conteúdos audiovisuais, por meio de mecanismos inovadores;

- Promover mecanismos que viabilizem a produção e veiculação de comunicação pelos cidadãos e cidadãs brasileiros;

E propõem em face do processo de migração digital:

- Garantir a construção de uma infra-estrutura técnica, pública e única, que viabilize a integração das plataformas de serviços digitais por meio de um operador de rede;

- A TV Pública considera que a multiprogramação é o modelo estratégico para bem realizar a sua missão;

- A TV Pública deve ser promotora do processo de convergência digital, ampliando

sua área de atuação com as novas tecnologias de informação e comunicação e promovendo a inclusão digital;

- A TV Pública deve se destacar pelo estímulo à produção de conteúdos digitais interativos e inovadores;

- O apoio à continuidade de pesquisas com vistas à criação de softwares que garantam a interatividade plena;

- Os canais públicos criados pela Lei do Cabo devem ser contemplados no processo de migração digital, passando a operar também em rede aberta terrestre de televisão;

- A TV Pública deve estar presente em todas as formas de difusão de televisão, existentes ou por serem criadas;

- Trabalhar em conjunto com o BNDES para encontrar mecanismos de financiamento, por meio do fundo social do banco de fomento, da migração digital das TVs Públicas;

- Fomentar o debate sobre a questão da propriedade intelectual no universo digital, buscando ampliar os mecanismos de compartilhamento do conhecimento.

A força e a solidez do 1º Fórum Nacional de TVs Públicas são reflexos do envolvimento das associações do campo público de televisão brasileiro – Associação Brasileira de Emissoras Públicas, Educativas e Culturais (Abepec), Associação Brasileira de Canais Comunitários (ABCCom), Associação Brasileira de Emissoras Universitárias (ABTU) e Associação Brasileira de Televisões e Rádios Legislativas (Astral) – e das organizações da sociedade civil, que ao tomarem parte deste processo dele se apropriaram, difundindo-o e ampliando-o.

Ao cabo destes quatro dias de reunião, sob o signo da fraternidade e de uma

harmonia construtiva que só se vivencia nos grandes momentos históricos, todos saímos fortalecidos. Acima de tudo, emerge fortalecido o cidadão brasileiro, detentor de um conjunto de direitos que jamais se efetivarão sem a ampliação e o fortalecimento do espaço público também na televisão brasileira;

Pelos motivos que se depreendem da leitura desta carta, é consenso, por fim, que o Fórum Nacional de TVs Públicas deve se transformar em espaço permanente de interlocução e de construção de políticas republicanas de comunicação social, educação e cultura, institucionalizando-se na vida democrática do País.

Brasília, 11 de maio de 2007

I Fórum Nacional de TVs Públicas

ANEXO 2. LA MEDIDA PROVISORIA 398

Medida Provisória nº 398, de 10 de Outubro de 2007

Institui os princípios e objetivos dos serviços de radiodifusão pública explorados pelo Poder Executivo ou outorgados a entidades de sua administração indireta, autoriza o Poder Executivo a constituir a Empresa Brasil de Comunicação - EBC, e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA, no uso da atribuição que lhe confere o art. 62 da Constituição, adota a seguinte Medida Provisória, com força de Lei:

Art. 1º Os serviços de radiodifusão pública explorados pelo Poder Executivo ou mediante outorga a entidades de sua administração indireta, no âmbito federal, serão prestados conforme as disposições desta Medida Provisória.

Art. 2º A prestação dos serviços de radiodifusão pública por órgãos do Poder Executivo ou mediante outorga a entidades de sua administração indireta deverá observar os seguintes princípios:

- I - complementaridade entre os sistemas privado, público e estatal;
- II - promoção do acesso à informação por meio da pluralidade de fontes de produção e distribuição do conteúdo;
- III - produção e programação com finalidades educativas, artísticas, culturais, científicas e informativas;
- IV - promoção da cultura nacional, estímulo à produção regional e à produção independente;
- V - autonomia em relação ao Governo Federal para definir produção, programação e distribuição de conteúdo no sistema público de radiodifusão; e
- VI - participação da sociedade civil no controle da aplicação dos princípios do sistema público de radiodifusão, respeitando-se a pluralidade da sociedade brasileira.

Art. 3º Constituem objetivos dos serviços de radiodifusão pública explorados pelo Poder Executivo

ou mediante outorga a entidades de sua administração indireta:

I - oferecer mecanismos para debate público acerca de temas de relevância nacional e internacional;

II - desenvolver a consciência crítica do cidadão, mediante programação educativa, artística, cultural, informativa, científica e promotora de cidadania;

III - fomentar a construção da cidadania, a consolidação da democracia e a participação na sociedade, garantindo o direito à informação do cidadão;

IV - cooperar com os processos educacionais e de formação do cidadão;

V - apoiar processos de inclusão social e socialização da produção de conhecimento por intermédio do oferecimento de espaços para exibição de conteúdos produzidos pelos diversos grupos sociais e regionais;

VI - buscar excelência em conteúdos e linguagens e desenvolver formatos criativos e inovadores, constituindo-se em centro de inovação e formação de talentos;

VII - direcionar sua produção e programação pelas finalidades educativas, artísticas, culturais, informativas, científicas e promotoras da cidadania, sem com isso retirar seu caráter competitivo na busca do interesse do maior número de ouvintes ou telespectadores; e

VIII - promover parcerias e fomentar produção audiovisual nacional, contribuindo para a expansão de sua produção e difusão.

Art. 4º Os serviços de radiodifusão pública outorgados a entidades da administração indireta do Poder Executivo serão prestados pela empresa pública de que trata o art. 5º, e poderão ser difundidos e reproduzidos por suas afiliadas, associadas, repetidoras e retransmissoras do sistema público de radiodifusão, e outras entidades públicas ou privadas parceiras, na forma do inciso III do art. 8º.

Art. 5º Fica o Poder Executivo autorizado a criar a empresa pública denominada Empresa Brasil de Comunicação - EBC, vinculada à Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República.

Art. 6º A EBC tem por finalidade a prestação de serviços de radiodifusão pública e serviços conexos, observados os princípios e objetivos estabelecidos nesta Medida Provisória.

Parágrafo único. A EBC, com prazo de duração indeterminado, terá sede e foro na cidade do Rio de Janeiro e escritório central na cidade de Brasília, podendo instalar escritórios, dependências e centros de produção e radiodifusão em qualquer local.

Art. 7º A União integralizará o capital social da EBC e promoverá a constituição inicial de seu patrimônio por meio de capitalização e da incorporação de bens móveis ou imóveis.

Art. 8º Compete à EBC:

I - implantar e operar as emissoras e explorar os serviços de radiodifusão pública sonora e de sons e imagens do Governo Federal;

II - implantar e operar as suas próprias redes de Repetição e Retransmissão de Radiodifusão, explorando os respectivos serviços;

III - estabelecer cooperação e colaboração com entidades públicas ou privadas que explorem serviços de comunicação ou radiodifusão pública, mediante convênios ou outros ajustes, com vistas à formação da Rede Nacional de Comunicação Pública;

IV - produzir e difundir programação informativa, educativa, artística, cultural, científica, de cidadania e de recreação;

V - promover e estimular a formação e o treinamento de pessoal especializado, necessário às atividades de radiodifusão, comunicação e serviços conexos;

VI - prestar serviços no campo de radiodifusão, comunicação e serviços conexos, inclusive para transmissão de atos e matérias do Governo Federal;

VII - distribuir a publicidade legal dos órgãos e entidades da administração federal, à exceção daquela veiculada pelos órgãos oficiais da União; e

VIII - exercer outras atividades afins, que lhe forem atribuídas pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República ou pelo Conselho Curador da EBC.

§ 1º Para fins do disposto no inciso VII do caput, entendese como publicidade legal a publicação de avisos, balanços, relatórios e outros a que os órgãos e entidades da administração pública federal estejam obrigados por força de lei ou regulamento.

§ 2º É dispensada a licitação para a:

I - celebração dos ajustes mencionados no inciso III, que poderão ser firmados por até dez anos, renováveis por iguais períodos;

II - contratação da EBC por órgãos e entidades da administração pública, com vistas à realização de atividades relacionadas ao seu objeto, desde que o preço contratado seja compatível com o de mercado.

Art. 9º A EBC será organizada sob a forma de sociedade anônima de capital fechado e terá seu capital representado por ações ordinárias nominativas, das quais pelo menos cinquenta e um por cento serão de titularidade da União.

§ 1º A integralização do capital da EBC será realizada com recursos oriundos de dotações

consignadas no orçamento da União, destinadas ao suporte e operação dos serviços de radiodifusão pública, mediante a incorporação do patrimônio da RADIOBRÁS - Empresa Brasileira de Comunicação S.A., criada pela Lei nº 6.301, de 15 de dezembro de 1975, e da incorporação de bens móveis e imóveis decorrentes do disposto no art. 26.

§ 2º Será admitida no restante do capital da EBC a participação de entidades da administração indireta federal, bem como de Estados, do Distrito Federal e de Municípios, ou de entidades de sua administração indireta.

§ 3º A participação de que trata o § 2º poderá ser realizada mediante a transferência, para o patrimônio da EBC, de bens representativos dos acervos de estações de radiodifusão de sua propriedade ou de outros bens necessários e úteis ao seu funcionamento.

Art. 10. O Ministro de Estado da Fazenda designará o representante da União nos atos constitutivos da EBC, dentre os membros da Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional.

Parágrafo único. O Estatuto da EBC será publicado por decreto do Poder Executivo e seus atos constitutivos serão arquivados no Registro do Comércio.

Art. 11. Os recursos da EBC serão constituídos da receita proveniente:

- I - de dotações orçamentárias;
- II - da exploração dos serviços de radiodifusão pública;
- III - de prestação de serviços a entes públicos ou privados, da distribuição de conteúdo, modelos de programação, licenciamento de marcas e produtos e outras atividades inerentes à comunicação;
- IV - de doações, legados, subvenções e outros recursos que lhe forem destinados por pessoas físicas ou jurídicas de direito público ou privado;
- V - de publicidade institucional de entidades de direito público e de direito privado, a título de apoio cultural, admitindo-se o patrocínio de programas, eventos e projetos;
- VI - de publicidade institucional de entidades de direito público e de direito privado, voltada a programas, eventos e projetos de utilidade pública, de promoção da cidadania, de responsabilidade social ou ambiental;
- VII - da distribuição da publicidade legal dos órgãos e entidades da administração pública federal, segundo o disposto no § 1º do art. 8º;
- VIII - de recursos obtidos nos sistemas instituídos pelas Leis nºs 8.313, de 23 de dezembro de 1991, 8.685, de 20 de julho de 1993, e 11.437, de 28 de dezembro de 2006;
- IX - de recursos provenientes de acordos e convênios que realizar com entidades nacionais e

internacionais, públicas ou privadas;

X - de rendimentos de aplicações financeiras que realizar; e

XI - de rendas provenientes de outras fontes.

§ 1º É vedada, nas hipóteses dos incisos V e VI, a veiculação de anúncios de produtos e serviços.

§ 2º Para os fins do inciso VII, fica a EBC equiparada às agências a que se refere a Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965.

Art. 12. A EBC será administrada por um Conselho de Administração e por uma Diretoria Executiva, e na sua composição contará ainda com um Conselho Fiscal e um Conselho Curador.

Art. 13. O Conselho de Administração, cujos membros serão nomeados pelo Presidente da República, será constituído:

I - de um Presidente, indicado pelo Ministro de Estado Chefe da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República;

II - do Diretor-Presidente da Diretoria Executiva;

III - de um Conselheiro, indicado pelo Ministro de Estado do Planejamento, Orçamento e Gestão;

IV - de um Conselheiro, indicado pelo Ministro de Estado das Comunicações; e

V - de um Conselheiro, indicado conforme o Estatuto.

§ 1º O Conselho de Administração reunir-se-á, ordinariamente, a cada mês e, extraordinariamente, sempre que convocado pelo seu Presidente ou por dois terços dos seus membros.

§ 2º As decisões do Conselho de Administração serão tomadas por maioria simples, cabendo ao Presidente o voto de qualidade, em caso de empate.

§ 3º O quorum de deliberação é o de maioria absoluta de seus membros.

Art. 14. O Conselho Fiscal será constituído por três membros, e respectivos suplentes, designados pelo Presidente da República.

§ 1º O Conselho Fiscal contará com um representante do Tesouro Nacional, garantindo-se, ainda, a participação dos acionistas minoritários, nos termos do Estatuto.

§ 2º Os conselheiros exercerão suas atribuições pelo prazo de quatro anos, vedada a recondução.

§ 3º O Conselho Fiscal reunir-se-á, ordinariamente, a cada dois meses e sempre que convocado pelo Conselho de Administração.

§ 4º As decisões do Conselho Fiscal serão tomadas por maioria simples, cabendo ao Presidente o voto de qualidade, em caso de empate.

§ 5º As reuniões do Conselho Fiscal só terão caráter deliberativo se contarem com a presença do Presidente e de pelo menos um membro.

Art. 15. O Conselho Curador, órgão de natureza consultiva e deliberativa da EBC, será integrado por vinte membros, designados pelo Presidente da República.

§ 1º Os titulares do Conselho Curador serão escolhidos dentre brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos, de reputação ilibada e reconhecido espírito público, da seguinte forma:

I - quatro Ministros de Estado;

II - um representante dos funcionários, escolhido na forma do Estatuto;

III - quinze representantes da sociedade civil, indicados na forma do Estatuto, segundo critérios de representação regional, diversidade cultural e pluralidade de experiências profissionais.

§ 2º É vedada a indicação ao Conselho Curador de:

I - pessoa que tenha vínculo de parentesco até terceiro grau com membro da Diretoria Executiva;

II - agente público detentor de cargo eletivo ou investido exclusivamente em cargo em comissão de livre provimento da União, Estados, Distrito Federal ou Municípios, à exceção dos referidos nos incisos I e II do § 1º;

§ 3º O mandato do Conselheiro referido no inciso II do § 1º será de dois anos, vedada a sua recondução.

§ 4º O mandato dos titulares do Conselho Curador referidos no inciso III do § 1º será de quatro anos, renovável por uma única vez.

§ 5º Os primeiros conselheiros referidos no inciso III do § 1º serão escolhidos e designados pelo Presidente da República para mandatos de dois e quatro anos, na forma do Estatuto.

§ 6º As determinações expedidas pelo Conselho Curador, no exercício de suas atribuições, são de observância cogente pelos órgãos de administração.

§ 7º O Conselho Curador deverá se reunir, ordinariamente, a cada dois meses e, extraordinariamente, sempre que convocado por seu Presidente ou por dois terços de seus membros.

§ 8º Participarão das reuniões do Conselho Curador, sem direito a voto, o Diretor-Presidente e o Diretor-Geral da EBC.

§ 9º Os membros do Conselho Curador referidos nos incisos II e III do § 1º perderão o mandato nas hipóteses de renúncia, processo judicial com decisão definitiva, ou na hipótese de ausência injustificada a três sessões do Colegiado, durante o período de doze meses.

§ 10. Os membros do Conselho Curador referidos no inciso III do § 1º também perderão o mandato por decisão do Presidente da República, mediante a provocação de três quintos dos seus membros.

Art. 16. A participação dos integrantes do Conselho Curador referidos no inciso III do § 1º do art. 15, às suas reuniões, será remunerada mediante pro labore, nos termos do Estatuto, e suas despesas de deslocamento e estadia, para o exercício de suas atribuições, serão suportadas pela EBC.

Parágrafo único. A remuneração referida no caput não poderá ultrapassar mensalmente dez por cento da remuneração mensal percebida pelo Diretor-Presidente.

Art. 17. Compete ao Conselho Curador:

I - aprovar as diretrizes educativas, artísticas, culturais e informativas integrantes da política de comunicação propostas pela Diretoria Executiva da EBC;

II - zelar pelo cumprimento dos princípios e objetivos previstos nesta Medida Provisória;

III - opinar sobre matérias relacionadas ao cumprimento dos princípios e objetivos previstos nesta Medida Provisória;

IV - aprovar a linha editorial de produção e programação proposta pela Diretoria Executiva da EBC e manifestar-se sobre sua aplicação prática;

V - deliberar, pela maioria absoluta de seus membros, quanto à imputação de voto de desconfiança aos membros da Diretoria Executiva, no que diz respeito ao cumprimento dos princípios e objetivos desta Medida Provisória; e

VI - eleger o seu Presidente, dentre seus membros.

Parágrafo único. Caberá, ainda, ao Conselho Curador acompanhar o processo de consulta pública, a ser implementado pela EBC, na forma do Estatuto, para a renovação de sua composição, relativamente aos membros referidos no inciso III do § 1º do art. 15.

Art. 18. A condição de membro do Conselho Curador, bem como dos órgãos de administração da EBC, a responsabilidade editorial e as atividades de seleção e direção da programação veiculada são privativas de brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos, nos termos do § 2º do art. 222 da Constituição.

Art. 19. A Diretoria Executiva será composta de um Diretor- Presidente e um Diretor-Geral, nomeados pelo Presidente da República, e até seis diretores, eleitos e destituíveis pelo Conselho de Administração.

§ 1º Os membros da Diretoria Executiva são responsáveis pelos atos praticados em desconformidade com a lei, com o Estatuto da EBC e com as diretrizes institucionais emanadas pelo Conselho de Administração.

§ 2º O mandato do Diretor-Presidente será de quatro anos.

§ 3º Os membros da Diretoria Executiva serão destituídos nas hipóteses legais ou se receberem dois votos de desconfiança do Conselho Curador, no período de doze meses, emitidos com interstício mínimo de trinta dias entre ambos.

§ 4º As atribuições dos membros da Diretoria Executiva serão definidas pelo Estatuto.

Art. 20. Observadas as ressalvas desta Medida Provisória e da legislação de comunicação social, a EBC será regida pela legislação referente às sociedades por ações.

Art. 21. O regime jurídico do pessoal da EBC será o da Consolidação das Leis do Trabalho e respectiva legislação complementar.

Art. 22. A contratação de pessoal permanente da EBC far-seá por meio de concurso público de provas ou de provas e títulos, observadas as normas específicas editadas pelo Conselho de Administração.

§ 1º A EBC sucederá a RADIOBRÁS nos seus direitos e obrigações, e absorverá, mediante sucessão trabalhista, os empregados integrantes do seu quadro de pessoal.

§ 2º Para fins de implantação, fica a EBC equiparada às pessoas jurídicas referidas no art. 1º da Lei nº 8.745, de 9 de dezembro de 1993, com vistas à contratação de pessoal técnico e administrativo por tempo determinado.

§ 3º Considera-se como necessidade temporária de excepcional interesse público, para os efeitos da Lei nº 8.745, de 1993, a contratação de pessoal técnico e administrativo por tempo determinado, imprescindível ao funcionamento inicial da EBC.

§ 4º As contratações a que se refere o § 2º observarão o disposto no caput do art. 3º, no art. 6º, no inciso II do art. 7º e nos arts. 9º e 12 da Lei nº 8.745, de 1993, e não poderão exceder o prazo de trinta e seis meses, a contar da data da instalação da EBC.

§ 5º Durante os primeiros noventa dias a contar da constituição da EBC, poderá ser contratado, nos termos dos §§ 2º e 3º, mediante análise de curriculum vitae, e nos quantitativos aprovados pelo Ministro de Estado Chefe da Secretaria de Comunicação Social, pessoal técnico e administrativo para atendimento de necessidade temporária de excepcional interesse público, pelo prazo improrrogável de trinta e seis meses.

Art. 23. Fica a EBC autorizada a patrocinar entidade fechada de previdência privada, nos termos da legislação vigente.

Art. 24. As outorgas do serviço de radiodifusão exploradas pela RADIOBRÁS serão transferidas diretamente à EBC, cabendo ao Ministério das Comunicações, em conjunto com a EBC, as providências cabíveis para formalização desta disposição.

Art. 25. A EBC terá regulamento simplificado para contratação de serviços e aquisição de bens, editado por decreto, observados os princípios constitucionais da publicidade, impessoalidade, moralidade, economicidade e eficiência.

Art. 26. O contrato de gestão firmado entre a União e a Associação de Comunicação Educativa Roquette Pinto - ACERP, nos termos da Lei nº 9.637, de 15 de maio de 1998, será objeto de repactuação, com vistas ao cumprimento do disposto nesta Medida Provisória, no prazo de até noventa dias a contar da sua publicação.

§ 1º Até a data do seu encerramento, o contrato de gestão firmado entre a União e a ACERP terá seu objeto reduzido para adequar-se às disposições desta Medida Provisória, garantida a liquidação

das obrigações previamente assumidas pela ACERP.

§ 2º O Poder Executivo poderá, mediante decreto, transpor, remanejar, transferir ou utilizar, total ou parcialmente, as dotações orçamentárias aprovadas na Lei Orçamentária de 2007 para o cumprimento do contrato de gestão referido no § 1º em decorrência do disposto nesta Medida Provisória, mantida a estrutura programática, expressa por categoria de programação, conforme definida no art. 5º, § 1º, da Lei nº 11.439, de 29 de dezembro de 2006, inclusive os títulos, descritores, metas e objetivos, assim como o respectivo detalhamento por esfera orçamentária, grupos de natureza da despesa, fontes de recursos, modalidades de aplicação e identificadores de uso e de resultado primário, mantidos os valores das programações aprovadas na Lei Orçamentária de 2007 ou em seus créditos adicionais, podendo haver, excepcionalmente, ajuste na classificação funcional.

§ 3º Reverterão à EBC os bens permitidos, cedidos ou transferidos para a ACERP pela União para os fins do cumprimento do contrato de gestão referido no caput.

§ 4º Em decorrência do disposto neste artigo, serão incorporados ao patrimônio da União e transferidos para a EBC o patrimônio, os legados e as doações destinados à ACERP sujeitos ao disposto na alínea "i" do inciso I do art. 2º da Lei nº 9.637, de 1998.

Art. 27. A EBC poderá contratar, em caráter excepcional e segundo critérios fixados pelo Conselho de Administração, especialistas para a execução de trabalhos nas áreas artística, audiovisual e jornalística, por projetos ou prazos limitados, sendo inexigível a licitação quando configurada a hipótese referida no caput do art. 25 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993.

Art. 28. A RADIOBRÁS será incorporada à EBC após sua regular constituição, nos termos do art. 5º desta Medida Provisória.

Parágrafo único. Os bens e equipamentos integrantes do acervo da RADIOBRÁS serão transferidos e incorporados ao patrimônio da EBC.

Art. 29. As prestadoras de serviços de TV a Cabo (CATV), de distribuição de sinais de televisão e de áudio por assinatura via satélite (DTH), de distribuição de sinais multiponto multicanal (MMDS), televisão por assinatura (TVA), bem como as prestadoras de outros serviços afins, independentemente da tecnologia empregada, que vierem a ser disciplinados pela Agência Nacional de Telecomunicações - Anatel, deverão tornar disponível, gratuitamente, dois canais destinados ao Poder Executivo Federal, a serem operados pela EBC, um deles para o estabelecimento da Rede Nacional de Comunicação Pública e o outro para a transmissão de atos e matérias de interesse do Governo Federal.

Parágrafo único. Caberá à Anatel regulamentar a forma do disposto no caput às atuais e futuras outorgas, sem prejuízo de sua aplicação imediata.

Art. 30. Esta Medida Provisória entra em vigor na data de sua publicação.

Brasília, 10 de outubro de 2007; 186º da Independência e 119º da República.

LUIZ INÁCIO LULA DA SILVA

Paulo Bernardo Silva

Dilma Rousseff

Franklin Martins

ANEXO 3. LEI 11.652/2008

Ley nº 11.652, de 7 de abril de 2008

Institui os princípios e objetivos dos serviços de radiodifusão pública explorados pelo Poder Executivo ou outorgados a entidades de sua administração indireta; autoriza o Poder Executivo a constituir a Empresa Brasil de Comunicação - EBC; altera a Lei nº 5.070, de 7 de julho de 1966; e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

Art. 1º Os serviços de radiodifusão pública explorados pelo Poder Executivo ou mediante outorga a entidades de sua administração indireta, no âmbito federal, serão prestados conforme as disposições desta Lei.

Art. 2º A prestação dos serviços de radiodifusão pública por órgãos do Poder Executivo ou mediante outorga a entidades de sua administração indireta deverá observar os seguintes princípios:

- I - complementaridade entre os sistemas privado, público e estatal;
- II - promoção do acesso à informação por meio da pluralidade de fontes de produção e distribuição do conteúdo;
- III - produção e programação com finalidades educativas, artísticas, culturais, científicas e informativas;
- IV - promoção da cultura nacional, estímulo à produção regional e à produção independente;
- V - respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família;
- VI - não discriminação religiosa, político partidária, filosófica, étnica, de gênero ou de opção sexual;
- VII - observância de preceitos éticos no exercício das atividades de radiodifusão;
- VIII - autonomia em relação ao Governo Federal para definir produção, programação e distribuição

de conteúdo no sistema público de radiodifusão; e

IX - participação da sociedade civil no controle da aplicação dos princípios do sistema público de radiodifusão, respeitando-se a pluralidade da sociedade brasileira.

Art. 3º Constituem objetivos dos serviços de radiodifusão pública explorados pelo Poder Executivo ou mediante outorga a entidades de sua administração indireta:

I - oferecer mecanismos para debate público acerca de temas de relevância nacional e internacional;

II - desenvolver a consciência crítica do cidadão, mediante programação educativa, artística, cultural, informativa, científica e promotora de cidadania;

III - fomentar a construção da cidadania, a consolidação da democracia e a participação na sociedade, garantindo o direito à informação, à livre expressão do pensamento, à criação e à comunicação;

IV - cooperar com os processos educacionais e de formação do cidadão;

V - apoiar processos de inclusão social e socialização da produção de conhecimento garantindo espaços para exibição de produções regionais e independentes;

VI - buscar excelência em conteúdos e linguagens e desenvolver formatos criativos e inovadores, constituindo-se em centro de inovação e formação de talentos;

VII - direcionar sua produção e programação pelas finalidades educativas, artísticas, culturais, informativas, científicas e promotoras da cidadania, sem com isso retirar seu caráter competitivo na busca do interesse do maior número de ouvintes ou telespectadores;

VIII - promover parcerias e fomentar produção audiovisual nacional, contribuindo para a expansão de sua produção e difusão; e

IX - estimular a produção e garantir a veiculação, inclusive na rede mundial de computadores, de conteúdos interativos, especialmente aqueles voltados para a universalização da prestação de serviços públicos.

Parágrafo único. É vedada qualquer forma de proselitismo na programação.

Art. 4º Os serviços de radiodifusão pública outorgados a entidades da administração indireta do Poder Executivo serão prestados pela empresa pública de que trata o art. 5º desta Lei e poderão ser difundidos e reproduzidos por suas afiliadas, associadas, repetidoras e retransmissoras do sistema público de radiodifusão e outras entidades públicas ou privadas parceiras, na forma do inciso III do *caput* do art. 8º desta Lei.

Art. 5º Fica o Poder Executivo autorizado a criar a empresa pública denominada Empresa Brasil de

Comunicação S.A. - EBC, vinculada à Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República.

Art. 6º A EBC tem por finalidade a prestação de serviços de radiodifusão pública e serviços conexos, observados os princípios e objetivos estabelecidos nesta Lei.

Parágrafo único. A EBC, com prazo de duração indeterminado, terá sede e foro em Brasília, Distrito Federal, mantendo como principal centro de produção o localizado na cidade do Rio de Janeiro, Estado do Rio de Janeiro, podendo instalar escritórios, dependências, unidades de produção e radiodifusão em qualquer local, dando continuidade obrigatoriamente àquelas já existentes no Distrito Federal, Rio de Janeiro e Maranhão.

Art. 7º A União integralizará o capital social da EBC e promoverá a constituição inicial de seu patrimônio por meio de capitalização e da incorporação de bens móveis ou imóveis.

Art. 8º Compete à EBC:

I - implantar e operar as emissoras e explorar os serviços de radiodifusão pública sonora e de sons e imagens do Governo Federal;

II - implantar e operar as suas próprias redes de Repetição e Retransmissão de Radiodifusão, explorando os respectivos serviços;

III - estabelecer cooperação e colaboração com entidades públicas ou privadas que explorem serviços de comunicação ou radiodifusão pública, mediante convênios ou outros ajustes, com vistas na formação da Rede Nacional de Comunicação Pública;

IV - produzir e difundir programação informativa, educativa, artística, cultural, científica, de cidadania e de recreação;

V - promover e estimular a formação e o treinamento de pessoal especializado, necessário às atividades de radiodifusão, comunicação e serviços conexos;

VI - prestar serviços no campo de radiodifusão, comunicação e serviços conexos, inclusive para transmissão de atos e matérias do Governo Federal;

VII - distribuir a publicidade legal dos órgãos e entidades da administração federal, à exceção daquela veiculada pelos órgãos oficiais da União;

VIII - exercer outras atividades afins, que lhe forem atribuídas pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República ou pelo Conselho Curador da EBC; e

IX - garantir os mínimos de 10% (dez por cento) de conteúdo regional e de 5% (cinco por cento) de conteúdo independente em sua programação semanal, em programas a serem veiculados no horário compreendido entre 6 (seis) e 24 (vinte e quatro) horas.

§ 1º Para fins do disposto no inciso VII do *caput* deste artigo, entende-se como publicidade legal a publicação de avisos, balanços, relatórios e outros a que os órgãos e entidades da administração pública federal estejam obrigados por força de lei ou regulamento.

§ 2º É dispensada a licitação para a:

I - celebração dos ajustes com vistas na formação da Rede Nacional de Comunicação Pública mencionados no inciso III do *caput* deste artigo, que poderão ser firmados, em igualdade de condições, com entidades públicas ou privadas que explorem serviços de comunicação ou radiodifusão, por até 10 (dez) anos, renováveis por iguais períodos;

II - contratação da EBC por órgãos e entidades da administração pública, com vistas na realização de atividades relacionadas ao seu objeto, desde que o preço contratado seja compatível com o de mercado.

§ 3º Para compor a Rede Nacional de Comunicação Pública, nos termos do disposto no inciso III do *caput* deste artigo, a programação das entidades públicas e privadas deverá obedecer aos princípios estabelecidos por esta Lei.

§ 4º Para os fins do disposto no inciso IX do *caput* deste artigo, entende-se:

I - conteúdo regional: conteúdo produzido num determinado Estado, com equipe técnica e artística composta majoritariamente por residentes locais;

II - conteúdo independente: conteúdo cuja empresa produtora, detentora majoritária dos direitos patrimoniais sobre a obra, não tenha qualquer associação ou vínculo, direto ou indireto, com empresas de serviço de radiodifusão de sons e imagens ou prestadoras de serviço de veiculação de conteúdo eletrônico.

§ 5º Para o cumprimento do percentual relativo a conteúdo regional, de que trata o inciso IX do *caput* deste artigo, deverão ser veiculados, na mesma proporção, programas produzidos em todas as regiões do País.

Art. 9º A EBC será organizada sob a forma de sociedade anônima de capital fechado e terá seu capital representado por ações ordinárias nominativas, das quais pelo menos 51% (cinquenta e um por cento) serão de titularidade da União.

§ 1º A integralização do capital da EBC será realizada com recursos oriundos de dotações consignadas no orçamento da União, destinadas ao suporte e operação dos serviços de radiodifusão

pública, mediante a incorporação do patrimônio da RADIOBRÁS - Empresa Brasileira de Comunicação S.A., criada pela Lei nº 6.301, de 15 de dezembro de 1975, e da incorporação de bens móveis e imóveis decorrentes do disposto no art. 26 desta Lei.

§ 2º Será admitida no restante do capital da EBC a participação de entidades da administração indireta federal, bem como de Estados, do Distrito Federal e de Municípios ou de entidades de sua administração indireta.

§ 3º A participação de que trata o § 2º deste artigo poderá ser realizada mediante a transferência para o patrimônio da EBC de bens representativos dos acervos de estações de radiodifusão de sua propriedade ou de outros bens necessários e úteis ao seu funcionamento.

§ 4º A EBC divulgará anualmente, como parte do balanço da empresa, listagem contendo nomes dos empregados, dos contratados, dos terceirizados e dos demais prestadores de serviços com que haja contratado nos últimos 12 (doze) meses.

Art. 10. O Ministro de Estado da Fazenda designará o representante da União nos atos constitutivos da EBC, dentre os membros da Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional.

Parágrafo único. O Estatuto da EBC será publicado por decreto do Poder Executivo, e seus atos constitutivos serão arquivados no Registro do Comércio.

Art. 11. Os recursos da EBC serão constituídos da receita proveniente:

I - de dotações orçamentárias;

II - da exploração dos serviços de radiodifusão pública de que trata esta Lei;

III - no mínimo, de 75% (setenta e cinco por cento) da arrecadação da contribuição instituída no art. 32 desta Lei;

IV - de prestação de serviços a entes públicos ou privados, da distribuição de conteúdo, modelos de programação, licenciamento de marcas e produtos e outras atividades inerentes à comunicação;

V - de doações, legados, subvenções e outros recursos que lhe forem destinados por pessoas físicas ou jurídicas de direito público ou privado;

VI - de apoio cultural de entidades de direito público e de direito privado, sob a forma de patrocínio de programas, eventos e projetos;

VII - de publicidade institucional de entidades de direito público e de direito privado, vedada a veiculação de anúncios de produtos ou serviços;

VIII - da distribuição da publicidade legal dos órgãos e entidades da administração pública federal,

segundo o disposto no § 1º do art. 8º desta Lei;

IX - de recursos obtidos nos sistemas instituídos pelas Leis nºs 8.313, de 23 de dezembro de 1991, 8.685, de 20 de julho de 1993, e 11.437, de 28 de dezembro de 2006;

X - de recursos provenientes de acordos e convênios que realizar com entidades nacionais e internacionais, públicas ou privadas;

XI - de rendimentos de aplicações financeiras que realizar;

XII - de rendas provenientes de outras fontes, desde que não comprometam os princípios e objetivos da radiodifusão pública estabelecidos nesta Lei.

§ 1º Para os fins do disposto nesta Lei, entende-se apoio cultural como pagamento de custos relativos à produção de programação ou de um programa específico, sendo permitida a citação da entidade apoiadora, bem como de sua ação institucional, sem qualquer tratamento publicitário.

§ 2º O tempo destinado à publicidade institucional não poderá exceder 15% (quinze por cento) do tempo total de programação da EBC.

§ 3º Para os fins do inciso VIII do *caput* deste artigo, fica a EBC equiparada às agências a que se refere a Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965.

Art. 12. A EBC será administrada por 1 (um) Conselho de Administração e por 1 (uma) Diretoria Executiva, e na sua composição contará ainda com 1 (um) Conselho Fiscal e 1 (um) Conselho Curador.

Art. 13. O Conselho de Administração, cujos membros serão nomeados pelo Presidente da República, será constituído:

I - de 1 (um) Presidente, indicado pelo Ministro de Estado Chefe da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República;

II - do Diretor-Presidente da Diretoria Executiva;

III - de 1 (um) Conselheiro, indicado pelo Ministro de Estado do Planejamento, Orçamento e Gestão;

IV - de 1 (um) Conselheiro, indicado pelo Ministro de Estado das Comunicações; e

V - de 1 (um) Conselheiro, indicado conforme o Estatuto.

§ 1º O Conselho de Administração reunir-se-á, ordinariamente, a cada mês e, extraordinariamente, sempre que convocado pelo seu Presidente ou por 2/3 (dois terços) dos seus membros.

§ 2º As decisões do Conselho de Administração serão tomadas por maioria simples, cabendo ao Presidente o voto de qualidade, em caso de empate.

§ 3º O quórum de deliberação é o de maioria absoluta de seus membros.

Art. 14. O Conselho Fiscal será constituído por 3 (três) membros e respectivos suplentes designados pelo Presidente da República.

§ 1º O Conselho Fiscal contará com 1 (um) representante do Tesouro Nacional, garantindo-se, ainda, a participação dos acionistas minoritários, nos termos do Estatuto.

§ 2º Os conselheiros exercerão suas atribuições pelo prazo de 4 (quatro) anos, vedada a recondução.

§ 3º O Conselho Fiscal reunir-se-á, ordinariamente, a cada 2 (dois) meses e, extraordinariamente, sempre que convocado pelo Conselho de Administração.

§ 4º As decisões do Conselho Fiscal serão tomadas por maioria simples, cabendo ao Presidente o voto de qualidade em caso de empate.

§ 5º As reuniões do Conselho Fiscal só terão caráter deliberativo se contarem com a presença do Presidente e de pelo menos 1 (um) membro.

Art. 15. O Conselho Curador, órgão de natureza consultiva e deliberativa da EBC, será integrado por 22 (vinte e dois) membros, designados pelo Presidente da República.

§ 1º Os titulares do Conselho Curador serão escolhidos dentre brasileiros natos ou naturalizados há mais de 10 (dez) anos, de reputação ilibada e reconhecido espírito público, da seguinte forma:

I - 4 (quatro) Ministros de Estado;

II - 1 (um) representante indicado pelo Senado Federal e outro pela Câmara dos Deputados;

III - 1 (um) representante dos funcionários, escolhido na forma do Estatuto;

IV - 15 (quinze) representantes da sociedade civil, indicados na forma do Estatuto, segundo critérios de diversidade cultural e pluralidade de experiências profissionais, sendo que cada uma das regiões do Brasil deverá ser representada por pelo menos 1 (um) conselheiro.

§ 2º É vedada a indicação ao Conselho Curador de:

I - pessoa que tenha vínculo de parentesco até terceiro grau com membro da Diretoria Executiva;

II - agente público detentor de cargo eletivo ou investido exclusivamente em cargo em comissão de livre provimento da União, Estados, Distrito Federal ou Municípios, à exceção dos referidos nos incisos I e III do § 1º deste artigo.

§ 3º O mandato do Conselheiro referido no inciso III do § 1º deste artigo será de 2 (dois) anos, vedada a sua recondução.

§ 4º O mandato dos titulares do Conselho Curador referidos nos incisos II e IV do § 1º deste artigo será de 4 (quatro) anos, renovável por 1 (uma) única vez.

§ 5º Os primeiros conselheiros referidos no inciso IV do § 1º deste artigo serão escolhidos e designados pelo Presidente da República para mandatos de 2 (dois) e 4 (quatro) anos, na forma do Estatuto.

§ 6º As determinações expedidas pelo Conselho Curador, no exercício de suas atribuições, são de observância cogente pelos órgãos de administração.

§ 7º O Conselho Curador deverá se reunir, ordinariamente, a cada 2 (dois) meses e, extraordinariamente, sempre que convocado por seu Presidente ou por 2/3 (dois terços) de seus membros.

§ 8º Participarão das reuniões do Conselho Curador, sem direito a voto, o Diretor-Presidente, o Diretor-Geral e o Ouvidor da EBC.

§ 9º Os membros do Conselho Curador referidos nos incisos III e IV do § 1º deste artigo perderão o mandato:

I - na hipótese de renúncia;

II - devido a processo judicial com decisão definitiva;

III - por ausência injustificada a 3 (três) sessões do Colegiado, durante o período de 12 (doze) meses;

IV - mediante a provocação de 3/5 (três quintos) dos seus membros.

Art. 16. A participação dos integrantes do Conselho Curador referidos nos incisos II e IV do § 1º do art. 15 desta Lei nas suas reuniões será remunerada mediante pro labore, nos termos do Estatuto, e suas despesas de deslocamento e estadia para o exercício de suas atribuições serão suportadas pela

EBC.

Parágrafo único. A remuneração referida no *caput* deste artigo não poderá ultrapassar mensalmente 10% (dez por cento) da remuneração mensal percebida pelo Diretor-Presidente.

Art. 17. Compete ao Conselho Curador:

I - deliberar sobre as diretrizes educativas, artísticas, culturais e informativas integrantes da política de comunicação propostas pela Diretoria Executiva da EBC;

II - zelar pelo cumprimento dos princípios e objetivos previstos nesta Lei;

III - opinar sobre matérias relacionadas ao cumprimento dos princípios e objetivos previstos nesta Lei;

IV - deliberar sobre a linha editorial de produção e programação proposta pela Diretoria Executiva da EBC e manifestar-se sobre sua aplicação prática;

V - encaminhar ao Conselho de Comunicação Social as deliberações tomadas em cada reunião;

VI - deliberar, pela maioria absoluta de seus membros, quanto à imputação de voto de desconfiança aos membros da Diretoria Executiva, no que diz respeito ao cumprimento dos princípios e objetivos desta Lei; e

VII - eleger o seu Presidente, dentre seus membros.

§ 1º Caberá, ainda, ao Conselho Curador coordenar o processo de consulta pública a ser implementado pela EBC, na forma do Estatuto, para a renovação de sua composição, relativamente aos membros referidos no inciso IV do § 1º do art. 15 desta Lei.

§ 2º Para efeito do processo de consulta pública a que se refere o § 1º deste artigo, a EBC receberá indicações da sociedade, na forma do Estatuto, formalizadas por entidades da sociedade civil constituídas como pessoa jurídica de direito privado, sem fins lucrativos, voltadas, ainda que parcialmente:

I - à promoção da ética, da paz, da cidadania, dos direitos humanos ou da democracia;

II - à educação ou à pesquisa;

III - à promoção da cultura ou das artes;

IV - à defesa do patrimônio histórico ou artístico;

V - à defesa, preservação ou conservação do meio ambiente;

VI - à representação sindical, classista e profissional.

§ 3º Não serão consideradas, para efeito do processo de consulta pública a que se refere o § 1º deste artigo, indicações originárias de partidos políticos ou instituições religiosas ou voltadas para a disseminação de credos, cultos, práticas e visões devocionais ou confessionais.

Art. 18. A condição de membro do Conselho Curador, bem como dos órgãos de administração da EBC, a responsabilidade editorial e as atividades de seleção e de direção da programação veiculada são privativas de brasileiros natos ou naturalizados há mais de 10 (dez) anos, nos termos do § 2º do art. 222 da Constituição Federal.

Art. 19. A Diretoria Executiva será composta de 1 (um) Diretor-Presidente e 1 (um) Diretor-Geral, nomeados pelo Presidente da República, e até 6 (seis) diretores, eleitos e destituíveis pelo Conselho de Administração.

§ 1º Os membros da Diretoria Executiva são responsáveis pelos atos praticados em desconformidade com a lei, com o Estatuto da EBC e com as diretrizes institucionais emanadas pelo Conselho de Administração.

§ 2º O mandato do Diretor-Presidente será de 4 (quatro) anos.

§ 3º Os membros da Diretoria Executiva serão destituídos nas hipóteses legais ou se receberem 2 (dois) votos de desconfiança do Conselho Curador, no período de 12 (doze) meses, emitidos com interstício mínimo de 30 (trinta) dias entre ambos.

§ 4º As atribuições dos membros da Diretoria Executiva serão definidas pelo Estatuto.

Art. 20. A EBC contará com 1 (uma) Ouvidoria, dirigida por 1 (um) Ouvidor, a quem compete exercer a crítica interna da programação por ela produzida ou veiculada, com respeito à observância dos princípios e objetivos dos serviços de radiodifusão pública, bem como examinar e opinar sobre as queixas e reclamações de telespectadores e rádio-ouvintes referentes à programação.

§ 1º O Ouvidor será nomeado pelo Diretor-Presidente da EBC, para mandato de 2 (dois) anos, admitida uma recondução.

§ 2º O Ouvidor somente perderá o mandato nas hipóteses de renúncia ou de processo judicial com decisão definitiva.

§ 3º No exercício de suas funções o Ouvidor deverá:

I - redigir boletim interno diário com críticas à programação do dia anterior, a ser encaminhado à Diretoria Executiva;

II - conduzir, sob sua inteira responsabilidade editorial, no mínimo 15 (quinze) minutos de programação semanal, a ser veiculada pela EBC no horário compreendido entre 6 (seis) e 24 (vinte e quatro) horas, voltada à divulgação pública de análises sobre a programação da EBC;

III - elaborar relatórios bimestrais sobre a atuação da EBC, a serem encaminhados aos membros do Conselho Curador até 5 (cinco) dias antes das reuniões ordinárias daquele colegiado.

Art. 21. Observadas as ressalvas desta Lei e da legislação de comunicação social, a EBC será regida pela legislação referente às sociedades por ações.

Art. 22. O regime jurídico do pessoal da EBC será o da Consolidação das Leis do Trabalho e respectiva legislação complementar.

§ 1º A contratação de pessoal permanente da EBC far-se-á por meio de concurso público de provas ou de provas e títulos, observadas as normas específicas editadas pelo Conselho de Administração.

§ 2º A EBC sucederá a Radiobrás nos seus direitos e obrigações e absorverá, mediante sucessão trabalhista, os empregados integrantes do seu quadro de pessoal.

§ 3º Para fins de implantação, fica a EBC equiparada às pessoas jurídicas referidas no art. 1º da Lei nº 8.745, de 9 de dezembro de 1993, com vistas na contratação de pessoal técnico e administrativo por tempo determinado.

§ 4º Considera-se como necessidade temporária de excepcional interesse público, para os efeitos da Lei nº 8.745, de 9 de dezembro de 1993, a contratação de pessoal técnico e administrativo por tempo determinado, imprescindível ao funcionamento inicial da EBC.

§ 5º As contratações a que se refere o § 3º deste artigo observarão o disposto no *caput* do art. 3º, no art. 6º, no inciso II do *caput* do art. 7º e nos arts. 9º e 12 da Lei nº 8.745, de 9 de dezembro de 1993, e não poderão exceder o prazo de 36 (trinta e seis) meses, a contar da data da instalação da EBC.

§ 6º Durante os primeiros 180 (cento e oitenta) dias a contar da constituição da EBC, poderá ser contratado, nos termos dos §§ 3º e 4º deste artigo, mediante análise de curriculum vitae, e nos quantitativos aprovados pelo Ministro de Estado Chefe da Secretaria de Comunicação Social, pessoal técnico e administrativo para atendimento de necessidade temporária de excepcional interesse público, pelo prazo improrrogável de 36 (trinta e seis) meses.

Art. 23. Fica a EBC autorizada a patrocinar entidade fechada de previdência complementar, nos termos da legislação vigente.

Art. 24. As outorgas do serviço de radiodifusão exploradas pela Radiobrás serão transferidas diretamente à EBC, cabendo ao Ministério das Comunicações, em conjunto com a EBC, as providências cabíveis para formalização desta disposição.

Art. 25. A EBC terá regulamento simplificado para contratação de serviços e aquisição de bens, editado por decreto, observados os princípios constitucionais da publicidade, impessoalidade, moralidade, economicidade e eficiência.

Art. 26. Com vistas no cumprimento do disposto nesta Lei, no prazo de até 90 (noventa) dias a contar de sua publicação, o contrato de gestão firmado entre a União e a Associação de Comunicação Educativa Roquette Pinto - ACERP, nos termos da Lei nº 9.637, de 15 de maio de 1998, será objeto de repactuação, podendo ser prorrogado por até 36 (trinta e seis) meses.

§ 1º Até a data do seu encerramento, o contrato de gestão firmado entre a União e a Acerp terá seu objeto reduzido para adequar-se às disposições desta Lei, garantida a liquidação das obrigações previamente assumidas pela Acerp.

§ 2º O Poder Executivo poderá, mediante decreto, transpor, remanejar, transferir ou utilizar, total ou parcialmente, as dotações orçamentárias aprovadas na Lei Orçamentária de 2007 para o cumprimento do contrato de gestão referido no § 1º deste artigo em decorrência do disposto nesta Lei, mantida a estrutura programática, expressa por categoria de programação, conforme definida no § 1º do art. 5º da Lei nº 11.439, de 29 de dezembro de 2006, inclusive os títulos, descritores, metas e objetivos, assim como o respectivo detalhamento por esfera orçamentária, grupos de natureza da despesa, fontes de recursos, modalidades de aplicação e identificadores de uso e de resultado primário, mantidos os valores das programações aprovadas na Lei Orçamentária de 2007 ou em seus créditos adicionais, podendo haver, excepcionalmente, ajuste na classificação funcional.

§ 3º Reverterão à EBC os bens permitidos, cedidos ou transferidos para a Acerp pela União para os fins do cumprimento do contrato de gestão referido no *caput* deste artigo.

§ 4º Em decorrência do disposto neste artigo, serão incorporados ao patrimônio da União e transferidos para a EBC o patrimônio, os legados e as doações destinados à Acerp sujeitos ao disposto na alínea i do inciso I do *caput* do art. 2º da Lei nº 9.637, de 15 de maio de 1998.

Art. 27. A EBC poderá contratar, em caráter excepcional e segundo critérios fixados pelo Conselho de Administração, especialistas para a execução de trabalhos nas áreas artística, audiovisual e jornalística, por projetos ou prazos limitados, sendo inexigível a licitação quando configurada a hipótese referida no *caput* do art. 25 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993.

Art. 28. A Radiobrás será incorporada à EBC após sua regular constituição, nos termos do art. 5º desta Lei.

Parágrafo único. Os bens e equipamentos integrantes do acervo da Radiobrás serão transferidos e incorporados ao patrimônio da EBC.

Art. 29. As prestadoras de serviços de televisão por assinatura deverão tornar disponíveis, em sua área de prestação, em todos os planos de serviço, canais de programação de distribuição obrigatória para utilização pela EBC, pela Câmara dos Deputados, pelo Senado Federal, pelo Supremo Tribunal Federal e pela emissora oficial do Poder Executivo.

Parágrafo único. No caso de comprovada impossibilidade técnica da prestadora oferecer os canais obrigatórios de que trata este artigo, o órgão regulador de telecomunicações deverá dispor sobre quais canais de programação deverão ser oferecidos aos usuários.

Art. 30. Os servidores em exercício na Associação de Comunicação Educativa Roquette Pinto - ACERP poderão ser cedidos para a EBC, na forma do art. 93 da Lei nº 8.112, de 11 de dezembro de 1990, mediante termo de opção.

Art. 31. (VETADO)

Art. 32. Fica instituída a Contribuição para o Fomento da Radiodifusão Pública, com o objetivo de propiciar meios para a melhoria dos serviços de radiodifusão pública e para a ampliação de sua penetração mediante a utilização de serviços de telecomunicações.

§ 1º A Contribuição é devida pelas prestadoras dos serviços constantes do Anexo desta Lei, e o seu fato gerador é a prestação deles.

§ 2º A Contribuição será paga, anualmente, até o dia 31 de março, em valores constantes do Anexo desta Lei.

§ 3º A Contribuição sujeita-se às normas relativas ao processo administrativo fiscal de determinação e exigência de créditos tributários federais e de consulta, previstas no Decreto nº 70.235, de 6 de março de 1972, bem como, subsidiariamente e no que couber, às disposições da legislação do imposto de renda, especialmente quanto às penalidades e aos demais acréscimos legais.

§ 4º São isentos do pagamento da Contribuição o órgão regulador das telecomunicações, as Forças Armadas, a Polícia Federal, as Polícias Militares, a Polícia Rodoviária Federal, as Polícias Cíveis e os Corpos de Bombeiros Militares.

§ 5º A totalidade de recursos de que trata este artigo deverá ser programada em categoria específica e utilizada exclusivamente para o atendimento dos objetivos definidos no *caput* deste artigo.

§ 6º Na ocorrência de nova modalidade de serviço de telecomunicações, será devido pela prestadora, em caráter provisório, o valor da contribuição prevista no item 1 da Tabela constante do Anexo desta Lei, até que lei fixe seu valor.

Art. 33. O *caput* do art. 8º da Lei nº 5.070, de 7 de julho de 1966, passa a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 8º A Taxa de Fiscalização de Funcionamento será paga, anualmente, até o dia 31 de março, e seus valores serão os correspondentes a 45% (quarenta e cinco por cento) dos fixados para a Taxa de Fiscalização de Instalação.

....." (NR)

Art. 34. Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação, produzindo efeitos, relativamente aos arts. 32 e 33 desta Lei, a partir do ano seguinte à sua publicação.

Brasília, 7 de abril de 2008; 187º da Independência e 120º da República.

LUIZ INÁCIO LULA DA SILVA

Guido Mantega

Dilma Rousseff

Franklin Martins

ANEXO 4. DECRETO-LEI 236/1967

Decreto-Lei nº 236, de 28 de fevereiro de 1967

Complementa e modifica a Lei número 4.117 de
27 de agosto de 1962.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA, usando da atribuição que lhe confere o artigo 9º, § 2º, do Ato Institucional nº 4, de 7 de dezembro de 1966,

DECRETA:

Art. 1º Respeitadas as disposições da Lei número 5.250 de 2 de fevereiro de 1967 no que se referem à radiodifusão, a presente Lei modifica e complementa a Lei número 4.117, de 27 de agosto de 1962.

Art. 2º Os artigos 24 e 53 da Lei número 4.117, de 27 de agosto de 1962 que instituiu o Código Brasileiro de Telecomunicações, passarão a ter a seguinte redação:

"Art. 24. Das deliberações do Conselho caberá pedido de reconsideração para o mesmo e, em instância superior, recurso ao Presidente da República.

§ 1º As decisões serão tomadas por maioria absoluta de votos dos membros do Conselho, em exercício, excluídos aqueles que estiverem ausentes em missão oficial do CONTEL.

§ 2º O recurso para o Presidente da República ou o pedido de reconsideração deve ser apresentado no prazo de trinta (30) dias contados da notificação feita ao interessado, por telegrama, ou carta registrada, um e outro com aviso de recebimento, ou da publicação desta notificação feita no Diário Oficial da União.

§ 3º O recurso para o Presidente da República terá efeito suspensivo.

Art. 53. Constitui abuso, no exercício de liberdade da radiodifusão, o emprêgo desse meio de comunicação para a prática de crime ou contravenção previstos na legislação em vigor no

país, inclusive:

a) incitar a desobediência às leis ou decisões judiciais;*b)* divulgar segredos de Estado ou assuntos que prejudiquem a defesa nacional;

c) ultrajar a honra nacional; *d)* fazer propaganda de guerra ou de processos de subversão da ordem política e social;*e)* promover campanha discriminatória de classe, cor, raça ou religião;

f) insuflar a rebeldia ou a indisciplina nas forças armadas ou nas organizações de segurança pública;

g) comprometer as relações internacionais do País;

h) ofender a moral familiar, pública, ou os bons costumes;

i) caluniar, injuriar ou difamar os Poderes Legislativos, Executivo ou Judiciário ou os respectivos membros;

j) veicular notícias falsas, com perigo para ordem pública, econômica e social;

l) colaborar na prática de rebeldia, desordens ou manifestações proibidas".

Art. 3º São revogados os artigos 58 até 99 da Lei número 4.117, de 27 de agosto de 1962, os quais são substituídos pelos seguintes novos artigos numerados de 58 a 72:

"Art. 58. Nos crimes de violação da telecomunicação, a que se referem esta Lei e o artigo 151 do Código Penal, caberão, ainda as seguintes penas:

I - Para as concessionárias ou permissionárias as previstas nos artigos 62 e 63, se culpados por ação ou omissão e independentemente da ação criminal.

II - Para as pessoas físicas:

a) 1 (um) a 2 (dois) anos de detenção ou perda de cargo ou emprego, apurada a responsabilidade em processo regular, iniciado com o afastamento imediato do acusado até decisão final;

b) para autoridade responsável por violação da telecomunicação, as penas previstas na legislação em vigor serão aplicadas em dobro;

c) serão suspensos ou cassados, na proporção da gravidade da infração, os certificados dos operadores profissionais e dos amadores responsáveis pelo crime de violação da telecomunicação."

Art. 59. As penas por infração desta lei são:

- a)* multa, até o valor de NCr\$ 10.000,00;
- b)* suspensão, até trinta (30) dias;
- c)* cassação;
- d)* detenção.

§ 1º Nas infrações em que, a juízo do CONTEL, não se justificar a aplicação de pena, o infrator será advertido, considerando-se a advertência como agravante na aplicação de penas por inobservância do mesmo ou de outro preceito desta Lei.

§ 2º A pena de multa poderá ser aplicada isolada ou conjuntamente, com outras sanções especiais e estatuídas nesta Lei.

§ 3º O valor das multas será atualizado de 3 em 3 anos, de acordo com os níveis de correção monetária.

Art. 60. A aplicação das penas desta Lei compete:

- a)* ao CONTEL: multa e suspensão, em qualquer caso; cassação, quando se tratar de permissão;
- b)* ao Presidente da República: cassação, mediante representação do CONTEL em parecer fundamentado.

Art. 61. A pena será imposta de acordo com a infração cometida, considerados os seguintes fatores:

- a)* gravidade da falta;
- b)* antecedentes da entidade faltosa;
- c)* reincidência específica.

Art. 62. A pena de multa poderá ser aplicada por infração de qualquer dispositivo legal, ou quando a concessionária ou permissionária não houver cumprido, dentro do prazo estipulado, exigência que tenha sido feita pela CONTEL.

Art. 63. A pena de suspensão poderá ser aplicada nos seguintes casos:

- a) infração dos artigos 38, alíneas a, b, c, e, g e h; 53, 57, 71 e seus parágrafos;
- b) infração à liberdade de manifestação do pensamento e de informação (Lei número 5.250 de 9 de fevereiro de 1967).
- c) quando a concessionária ou permissionária não houver cumprido, dentro do prazo estipulado, exigência que lhe tenha sido feita pelo CONTEL;
- d) quando seja criada situação de perigo de vida;
- e) utilização de equipamentos diversos dos aprovados ou instalações fora das especificações técnicas constantes da Portaria que as tenha aprovado;
- f) execução de serviço para o qual não está autorizado.

Parágrafo único. No caso das letras d, e e f deste artigo, poderá ser determinada a interrupção do serviço pelo agente fiscalizador, " ad - referendum " do CONTEL.

Art. 64. A pena de cassação poderá ser imposta nos seguintes casos:

- a) infringência do artigo 53;
- b) reincidência em infração anteriormente punida com suspensão;
- c) interrupção do funcionamento por mais de trinta (30) dias consecutivos, exceto quando tenha, para isso, obtido autorização prévia do CONTEL;
- d) superveniência da incapacidade legal, técnica, financeira ou econômica para execução dos serviços da concessão ou permissão;
- e) não haver a concessionária ou permissionária, no prazo estipulado, corrigido as irregularidades motivadoras da suspensão anteriormente imposta;
- f) não haver a concessionária ou permissionária cumprido as exigências e prazos estipulados, até o licenciamento definitivo de sua estação.

Art. 65. O CONTEL promoverá as medidas cabíveis, punindo ou propondo a punição, por

iniciativa própria ou sempre que receber representação de qualquer autoridade.

Art. 66. Antes de decidir da aplicação de qualquer das penalidades previstas, o CONTEL notificará a interessada para exercer o direito de defesa, dentro do prazo de 5 (cinco) dias, contados do recebimento da notificação.

§ 1º A repetição da falta no período decorrido entre o recebimento da notificação e a tomada de decisão, será considerada como reincidência e, no caso das transgressões citadas no artigo 53, o Presidente do CONTEL suspenderá a emissora provisoriamente.

§ 2º Quando a representação fôr feita por uma das autoridades a seguir relacionadas, o Presidente do CONTEL verificará "in limine" sua procedência, podendo deixar de ser feita a notificação a que se refere êste artigo:

I - Em todo o Território nacional:

- a) Mesa da Câmara dos Deputados ou do Senado Federal;
- b) Presidente do Supremo Tribunal Federal;
- c) Ministros de Estado;
- d) Secretário Geral do Conselho de Segurança Nacional;
- e) Procurador Geral da República;
- f) Chefe do Estado Maior das Forças Armadas.

II - Nos Estados:

Mesa da Assembléia Legislativa;

- a)
- b) Presidente do Tribunal de Justiça;

- c) Secretário de assuntos relativos à Justiça;
- d) Chefe do Ministério Público Estadual.

III - Nos Municípios:

- a) Mesa da Câmara Municipal;
- b) Prefeito Municipal.

Art. 67. A preempção da concessão ou autorização será declarada pelo Presidente da República, precedendo parecer do Conselho Nacional de Telecomunicações, se a concessionária ou permissionária decair do direito à renovação.

Parágrafo único. O direito à renovação decorre do cumprimento, pela empresa, de seu contrato de concessão ou permissão, das exigências legais e regulamentares, bem como das finalidades educacionais, culturais e morais a que se obrigou, e de persistirem a possibilidade técnica e o interesse público em sua existência.

Art. 68. A caducidade da concessão ou da autorização será declarada pelo Presidente da República, precedendo parecer do Conselho Nacional de Telecomunicações, nos seguintes casos:

- a) quando a concessão ou a autorização decorra de convênio com outro país, cuja denúncia a torne inexecutável;
- b) quando expirarem os prazos de concessão ou autorização decorrente de convênio com outro país, sendo inviável a prorrogação.

Parágrafo único. A declaração de caducidade só se dará se for impossível evitá-la por convênio com qualquer país ou por inexistência comprovada de frequência no Brasil que possa ser atribuída à concessionária ou permissionária, a fim de que não cesse seu

funcionamento.

Art. 69. A declaração da preempção ou da caducidade, quando viciada por ilegalidade, abuso do poder ou pela desconformidade com os fins ou motivos alegados, titulará o prejudicado a postular reparação do seu direito perante o Judiciário.

Art. 70. Constitui crime punível com a pena de detenção de 1 (um) a 2 (dois) anos, aumentada da metade se houver dano a terceiro, a instalação ou utilização de telecomunicações, sem observância do disposto nesta Lei e nos regulamentos.

Parágrafo único. Precedendo ao processo penal, para os efeitos referidos neste artigo, será liminarmente procedida a busca e apreensão da estação ou aparelho ilegal.

Art. 71. Toda irradiação será gravada e mantida em arquivo durante as 24 horas subsequentes ao encerramento dos trabalhos diários de emissora.

§ 1º As emissoras de televisão poderão gravar apenas o som dos programas transmitidos.

§ 2º As emissoras deverão conservar em seus arquivos os textos dos programas, inclusive noticiosos, devidamente autenticados pelos responsáveis, durante 60 (sessenta) dias.

§ 3º As gravações dos programas políticos, de debates, entrevistas, pronunciamentos da mesma natureza e qualquer irradiação não registrada em texto, deverão ser conservados em arquivo pelo prazo de 20 (vinte) dias depois de transmitidas, para as concessionárias até 1 kw e 30 (trinta) dias para as demais.

§ 4º As transmissões compulsoriamente estatuídas por lei serão gravadas em material fornecido pelos interessados.

Art. 72. A autoridade que impedir ou embaraçar a liberdade da radiodifusão ou da televisão, fora dos casos autorizados em lei, incidirá, no que couber, na sanção do artigo 322 do Código Penal".

Art. 4º Sómente poderão executar serviço de radiodifusão:

- a) a União;
- b) os Estados, Territórios e Municípios;
- c) as Universidades Brasileiras;

d) as Fundações constituídas no Brasil, cujos estatutos não contrariem o Código Brasileiro de Telecomunicações;

e) as sociedades nacionais por ações nominativas ou por cotas, desde que subscritas, as ações ou cotas, em sua totalidade, por brasileiros natos.

Parágrafo único. Nem pessoas jurídicas, excetuados os partidos políticos nacionais, nem estrangeiros poderão ser sócios ou participar de sociedade que executem serviço de radiodifusão, nem exercer sobre ela qualquer tipo de controle direto ou indireto.

Art. 5º As entidades interessadas na execução de serviço de radiodifusão deverão possuir, comprovadamente, recursos financeiros para fazer face ao custo das instalações, equipamentos, acessórios e os indispensáveis à exploração do serviço.

§ 1º A comprovação a que se refere este artigo, compreendendo especialmente, a origem e o montante dos recursos, será feita perante o Conselho Nacional de Telecomunicações, na oportunidade da habilitação para a execução do serviço, segundo normas a serem por ele baixadas.

§ 2º Os financiamentos para aquisição de equipamentos serão considerados como recursos financeiros para os fins do § 1º, desde que fornecidos pelos próprios fabricantes.

Art. 6º Só os brasileiros natos poderão exercer, nas entidades executantes de serviço de radiodifusão, os cargos e funções de direção, gerência, chefia, de assessoramento e assistência administrativa e intelectual.

Art. 7º É vedado às empresas de radiodifusão manter contratos de assistência técnica com empresas ou organizações estrangeiras, quer a respeito de administração, quer de orientação, sendo rigorosamente proibido que estas, por qualquer forma ou modalidade, pretexto expediente mantenham ou nomeiem servidores ou técnicos que, de forma direta ou indireta, tenham intervenção ou conhecimento da vida administrativa ou da orientação da empresa de radiodifusão.

Parágrafo único. A vedação a que se refere este artigo não alcança a parte estritamente técnica ou artística da programação e do aparelhamento da empresa, nem se aplica aos casos de contrato de assistência técnica, com empresa ou organização estrangeira, não superior a seis meses e exclusivamente referentes à fase de instalação e início de funcionamento de equipamentos, máquinas e aparelhamentos técnicos.

Art. 8º Depende de prévia aprovação do CONTEL qualquer contrato que uma empresa de

radiodifusão pretenda fazer com empresa ou organização estrangeira, que possa, de qualquer forma, ferir o espírito das disposições dos artigos 4º, 6º e 7º.

Parágrafo único. São também proibidas quaisquer modalidades contratuais que, de maneira direta ou indireta, assegurem à empresa ou organização estrangeira participação nos lucros brutos ou líquidos das empresas de radiodifusão.

Art. 9º É permitido às empresas de radiodifusão estabelecer, com pessoas físicas ou jurídicas nacionais, contratos que tenham por objetivo financiamento, empréstimo ou assistência técnica, desde que autorizados pelo CONTEL.

§ 1º Os contratos de assistência técnica só poderão ser firmados com pessoas físicas ou jurídicas especializadas no setor específico para o qual forem contratadas.

§ 2º A aquisição de equipamentos poderá ser financiada pelos seus fabricantes ou por estabelecimentos e créditos nacionais, em prazo não superior a 10 (dez) anos.

Art. 10. O CONTEL baixará normas regulando a transmissão, pelas emissoras de radiodifusão, de programas de origem estrangeira ou produzidos por empresas sediadas no país, cujos acionistas ou cotistas diretores, gerentes e administradores não sejam brasileiros.

Art. 11. O CONTEL baixará normas sobre a obrigatoriedade da transmissão de programas ao vivo, tendo em conta, entre outros fatores, a localização, a potência das emissoras e as condições sócio-econômicas das regiões em que as mesmas se encontrem instaladas.

Art. 12. Cada entidade só poderá ter concessão ou permissão para executar serviço de radiodifusão, em todo o país, dentro dos seguintes limites:

1) Estações radiodifusoras de som:

a - Locais:

Ondas médias - 4

Frequência modulada - 6

b - Regionais:

Ondas médias - 3

Ondas tropicais - 3

sendo no máximo 2 por Estado

c - Nacionais:

Ondas médias - 2

Ondas curtas - 2

2) Estações radiodifusoras de som e imagem - 10 em todo território nacional, sendo no máximo 5 em VHF e 2 por Estado.

§ 1º Cada estação de ondas curtas poderá, fora das limitações estabelecidas no artigo, utilizar uma ou várias frequências, que lhe tenham sido consignadas em leque.

§ 2º Não serão computadas para os efeitos do presente artigo, as estações repetidoras e retransmissoras de televisão, pertencentes às estações geradoras.

§ 3º Não poderão ter concessão ou permissão as entidades das quais faça parte acionista ou cotista que integre o quadro social de outras empresas executantes do serviço de radiodifusão, além dos limites fixados neste artigo.

§ 4º Os atuais concessionários e permissionários de serviço de radiodifusão, bem como os cotistas e acionistas, que excedem às limitações estipuladas neste artigo, a êle se adaptarão ao prazo máximo de dois (2) anos, a razão de 50% ao ano.

§ 5º Nenhuma pessoa poderá participar da direção de mais de uma empresa de radiodifusão, em localidades diversas, em excesso aos limites estabelecidos neste artigo.

§ 6º É vedada a transferência direta ou indireta da concessão ou permissão, sem prévia autorização do Governo Federal.

§ 7º As empresas concessionárias ou permissionárias de serviço de radiodifusão não poderão estar subordinada a outras entidades que se constituem com a finalidade de estabelecer direção ou orientação única, através de cadeias ou associações de qualquer espécie.

Art. 13. A televisão educativa se destinará à divulgação de programas educacionais, mediante a transmissão de aulas, conferências, palestras e debates.

Parágrafo único. A televisão educativa não tem caráter comercial, sendo vedada a transmissão de qualquer propaganda, direta ou indiretamente, bem como o patrocínio dos programas transmitidos, mesmo que nenhuma propaganda seja feita através dos mesmos.

Art. 14. Sómente poderão executar serviço de televisão educativa:

a) a União;

b) os Estados, Territórios e Municípios;

c) as Universidades Brasileiras;

d) as Fundações constituídas no Brasil, cujos Estatutos não contrariem o Código Brasileiro de Telecomunicações.

§ 1º As Universidades e Fundações deverão, comprovadamente, possuir recursos próprios para o empreendimento.

§ 2º A outorga de canais para a televisão educativa não dependerá da publicação do edital previsto do artigo 34 do Código Brasileiro de Telecomunicações.

Art. 15. Dentro das disponibilidades existentes ou que venham a existir, o CONTEL reservará canais de Televisão, em todas as capitais de Estados e Territórios e cidades de população igual ou superior a 100.000 (cem mil) habitantes, destinando-os à televisão educativa.

Art. 16. O CONTEL baixará normas determinando a obrigatoriedade de transmissão de programas educacionais nas emissoras comerciais de radiodifusão, estipulando horário, duração e qualidade dêsses programas.

§ 1º A duração máxima obrigatória dos programas educacionais será de 5 (cinco) horas semanais.

§ 2º Os programas educacionais obrigatórios deverão ser transmitidos em horários compreendidos entre as 7 (sete) e as 17 (dezesete) horas.

Art. 17. As infrações ao disposto nos artigos 4, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14 e 16 desta Lei, ressalvadas as cominações previstas em Leis Especiais, serão punidas com as seguintes penas, de acôrdo com o artigo 59 do Código Brasileiro de Telecomunicações:

a) multa, por infringência dos artigos 11, 13 e 16;

b) suspensão por infringência dos artigos 6, 9 e 10;

c) cassação, por infringência dos artigos 4, 7, 8, 12 e 14, e por reincidência específica em infração já punida com a pena de suspensão, ou por não atendimento dos prazos fixados pelo CONTEL para cumprimento desta Lei.

Art. 18. Esta Lei entrará em vigor na data de sua publicação, revogadas as disposições em contrário.

Brasília, 28 de fevereiro de 1967; 146º da Independência e 79º da República.

H. CASTELLO BRANCO

Carlos Medeiros da Silva

ANEXO 5. CODIGO BRASILEIRO DE TELECOMUNICAÇÕES – LEY 4117 DE 1962

Lei nº 4.117, de 27 agosto de 1962

Institui o Código Brasileiro de
Telecomunicações.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o CONGRESSO NACIONAL decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

CAPÍTULO I

Introdução

Art. 1º Os serviços de telecomunicações em todo território do País, inclusive águas territoriais e espaço aéreo, assim como nos lugares em que princípios e convenções internacionais lhes reconheçam extraterritorialidade obedecerão aos preceitos da presente lei e aos regulamentos baixados para a sua execução.

Art. 2º Os atos internacionais de natureza normativa, qualquer que seja a denominação adotada serão considerados tratados ou convenções e só entrarão em vigor a partir de sua aprovação pelo Congresso Nacional.

Parágrafo único. O Poder Executivo enviará ao Congresso Nacional no prazo de 180 (cento e oitenta) dias, a contar da data da assinatura, os atos normativos sôbre telecomunicações, anexando-

lhes os respectivos regulamentos, devidamente traduzidos.

Art. 3º (VETADO).

CAPÍTULO II

Das definições

Art. 4º Para os efeitos desta lei, constituem serviços de telecomunicações a transmissão, emissão ou recepção de símbolos, caracteres, sinais, escritos, imagens, sons ou informações de qualquer natureza, por fio, rádio, eletricidade, meios óticos ou qualquer outro processo eletromagnético.

Telegrafia é o processo de telecomunicação destinado à transmissão de escritos, pelo uso de um código de sinais.

Telefonia é o processo de telecomunicação destinado à transmissão da palavra falada ou de sons.

§ 1º Os termos não definidos nesta lei têm o significado estabelecido nos atos internacionais aprovados pelo Congresso Nacional.

§ 2º (VETADO)

Art. 5º Quanto ao seu âmbito, os serviços de telecomunicações se classificam em:

- a) serviço interior, estabelecido entre estações brasileiras, fixas ou móveis, dentro dos limites da jurisdição territorial da União;

- b) serviço internacional, estabelecido entre estações brasileiras, fixas ou móveis, e estações estrangeiras ou estações brasileiras móveis que se achem fora dos limites da jurisdição territorial da União.

Art. 6º Quanto aos fins a que se destinam, as telecomunicações assim se classificam:

- a) serviço público, destinado ao uso do público em geral;

- b) serviço público restrito, facultado ao uso dos passageiros dos navios, aeronaves, veículos em movimento ou ao uso do público em localidade ainda não atendidas por serviço público de

telecomunicação;

serviço limitado, executado por estações não abertas à correspondência pública e destinada ao uso de pessoas físicas ou jurídicas nacionais. Constituem serviço limitado entre outros:

c)

1) o de segurança, regularidade, orientação e administração dos transportes em geral; 2) o de múltiplos destinos; 3) o serviço rural; 4) o serviço privado;

d)

serviço de radiodifusão, destinado a ser recebido direta e livremente pelo público em geral, compreendendo radiodifusão sonora e televisão;

e)

serviço de rádio-amador, destinado a treinamento próprio, intercomunicação e investigações técnicas levadas a efeito por amadores, devidamente autorizados, interessados na radiotécnica unicamente a título pessoal a que não visem a qualquer objetivo pecuniário ou comercial;

serviço especial, relativo a determinados serviços de interesse geral, não abertos à correspondência pública e não incluídos nas definições das alíneas anteriores entre os quais:

f)

1) o de sinais horários; 2) o de frequência padrão; 3) o de boletins meteorológicos; 4) o que se destine a fins científicos ou experimentais; 5) o de música funcional; 6) o de radiodeterminação.

Art. 7º Os meios, através dos quais se executam os serviços de telecomunicações constituirão troncos e redes contínuos, que formarão o Sistema Nacional de Telecomunicações.

§ 1º O Sistema Nacional de Telecomunicações será integrado por troncos e redes a eles ligados.

§ 2º Objetivando a estruturação e o emprego do Sistema Nacional de Telecomunicações, o Governo estabelecerá as normas técnicas e as condições de tráfego mútuo a serem compulsoriamente observadas pelos executores dos serviços segundo o que for especificado nos Regulamentos.

Art. 8º Constituem troncos do Sistema Nacional de Telecomunicações os circuitos portadores comuns, que interligam os centros principais de telecomunicações.

§1º Circuitos portadores comuns são aqueles que realizam o transporte integrado de diversas modalidades de telecomunicações.

§ 2º Centro principais de telecomunicações são aqueles nos quais se realiza a concentração e distribuição das diversas modalidades de telecomunicações destinadas ao transporte integrado.

§ 3º Entendem-se por urbanas as redes telefônicas situadas dentro dos limites de um município ou do Distrito Federal e por interurbanas as intermunicipais dentro dos limites de um Estado ou Território.

Art. 9º (VETADO).

§ 1º (VETADO).

§ 2º (VETADO).

CAPÍTULO III

Da competência da União

Art. 10. Compete privativamente à União:

I - manter e explorar diretamente:

a) os serviços... (VETADO)... que integram o Sistema Nacional de Telecomunicações, inclusive suas conexões internacionais;

b) os serviços públicos de telégrafos, de telefones interestaduais e de radiocomunicações, ressalvadas as exceções constantes desta lei, inclusive quanto aos de radiodifusão e ao serviço internacional;

II - fiscalizar os serviços de telecomunicações por ela concedidos, autorizados ou permitidos.

Art. 11. Compete, também, a União: fiscalizar os serviços de telecomunicações concedidos,

permitidos ou autorizados pelos Estados ou Municípios, em tudo que disser respeito a observância das normas gerais estabelecidas nesta lei e a integração desses serviços no Sistema Nacional de Telecomunicações.

Art. 12. As concessões feitas na faixa de 150 (cento e cinquenta) quilômetros estabelecida na Lei nº 2.597, de 12 de setembro de 1955 obedecerão às normas fixadas na referida lei, observando-se iguais restrições relativamente aos serviços explorados pela União.

Art. 13. Dentro dos seus limites respectivos, os Estados e Municípios poderão organizar, regular e executar serviços de telefones, diretamente ou mediante concessão, obedecidas as normas gerais fixadas pelo Conselho Nacional de Telecomunicações.

CAPÍTULO IV

Do Conselho Nacional de Telecomunicações

Art. 14. É criado o Conselho Nacional de Telecomunicações (C.O.N.T.E.L.), com a organização ... (VETADO) ... definidas nesta lei, (VETADO).

Art. 15. O Conselho Nacional de Telecomunicações terá um Presidente de livre nomeação do Presidente da República e será constituído:

- a) do Diretor do Departamento dos Correios e Telégrafos em exercício no referido cargo, o qual pode ser representado por (VETADO) Diretores de sua repartição;
- b) de 3 (três) membros indicados, respectivamente, pelos Ministros da Guerra, Marinha e Aeronáutica;
- c) de 1 (um) membro indicado pelo Chefe do Estado Maior das Forças Armadas;
- d) de 4 (quatro) membros indicados, respectivamente pelos Ministros da Justiça e Negócios Interiores, da Educação e Cultura, das Relações Exteriores e da Indústria e Comércio;

e) ... (VETADO)...

do diretor da empresa pública que terá a seu cargo a exploração ... (VETADO) ... do Sistema
f) Nacional de Telecomunicações e serviços correlatos, o qual pode ser representado por ...
(VETADO) ... Diretores da empresa;

g) ... (VETADO).

§ 1º ... (VETADO).

§ 2º ... (VETADO).

Art. 16. O mandato dos membros do Conselho mencionado nas alíneas *b*, *c*, *d*, ... (VETADO) ...
terá a duração de 4 (quatro) anos.

Parágrafo único. ... (VETADO).

Art. 17. Em caso de vaga, o membro que fôr nomeado em substituição exercerá o mandato até o
fim do período que caberia ao substituído.

Parágrafo único. É vedada a substituição dos membros do Conselho no decurso do mandato,
salvo por justa causa verificada mediante inquérito administrativo, sob pena de nulidade das decisões
tomadas com o voto do substituto.

Art. 18. O membro do Conselho que faltar, sem motivo justo, a 3 (três) reuniões consecutivas
perderá automaticamente o cargo.

§ 1º O Regimento Interno do Conselho disporá sobre a justificação das faltas.

§ 2º Serão nulas as deliberações de que participar, com voto decisivo, membro que tenha incorrido
nas sanções deste artigo, incidindo o presidente, que houver admitido esse voto, em perda imediata de
seu cargo.

Art. 19. O presidente será substituído, em seus impedimentos, pelo vice presidente eleito pelo
Conselho dentre seus membros.

Parágrafo único. O presidente tem voto de qualidade nas deliberações do Conselho.

Art. 20. Os membros do Conselho ao se empossarem, devem fazer prova de quitação do imposto sobre a renda, declaração de bens e rendas próprias, de suas espôsas e dependentes, renovando-as em 30 de julho de cada ano.

§ 1º Os documentos constantes, dessas declarações serão lacrados e arquivados.

§ 2º O exame desses documentos só será admitido por determinação do Presidente da República ou do Poder Judiciário.

Art. 21. Os membros do Conselho perceberão mensalmente o vencimento correspondente ao símbolo I-C, além de uma retribuição, por sessão a que comparecerem, igual a 5% (cinco por cento) do vencimento, até o máximo de 10 (dez) sessões.

Art. 22. Os militares que fizerem parte do Conselho serão considerados, para todos os efeitos, durante o desempenho do respectivo mandato, no exercício pleno de suas funções militares.

Art. 23. Nenhum membro do Conselho ou servidor, que no mesmo tenha exercício poderá fazer parte de qualquer empresa, companhia, sociedade ou firma, que tenha por objetivo comercial a telecomunicação, ... (VETADO).

§ 1º A infração deste artigo - devidamente comprovada, acarretará a perda imediata do mandato no Conselho.

§ 2º Caberá ao Conselho tomar conhecimento das denúncias feitas nesse sentido e, quando por dois terços de seus votos, entender comprovadas as acusações, encaminhar ao Presidente da República o pedido de nomeação do substitutivo.

Art. 24. Das deliberações ... (VETADO) ... do Conselho caberá pedido de reconsideração para o mesmo Conselho; e ... (VETADO) ... recurso para o Presidente da República.

§ 1º As decisões serão tomadas por maioria absoluta de votos dos membros que compõem o Conselho considerando-se unânimes tão-somente as que contarem com a totalidade destes.

§ 2º O recurso para o Presidente da República ou o pedido de consideração deve ser apresentado no prazo de 60 (sessenta) dias, contados da publicação da notificação feita ao interessado, por telegrama ou carta registrada com aviso de recebimento.

§ 3º O recurso para o Presidente da República terá efeito suspensivo.

Art. 25. ... (VETADO).

I - ... (VETADO) ...

II - ... (VETADO) ...

III - ... (VETADO) ...

IV - ... (VETADO) ...

V - ... (VETADO) ...

VI - ... (VETADO) ...

Art. 26. ... (VETADO) ...

Parágrafo único. ... (VETADO) ...

Art. 27. ... (VETADO).

Art. 28. Os membros do Conselho, o seu presidente, ... (VETADO) ... serão cidadãos brasileiros de reputação ilibada e notórios conhecimentos de assuntos ligados aos diversos ramos de telecomunicações.

Art. 29. Compete ao Conselho Nacional de Telecomunicações:

a) elaborar o seu Regimento Interno;

b) organizar, na forma da lei os serviços de sua administração;

c) elaborar o plano nacional de telecomunicações e proceder à sua revisão, pelo menos, de cinco em cinco anos, ... (VETADO);

adotar medidas que assegurem a continuidade dos serviços de telecomunicações quando as

d) concessões, autorizações ou permissões não forem renovadas ou tenham sido cassadas, e houver interesse público na continuação desses serviços;

- e)* .. (VETADO) ... orientar e coordenar o desenvolvimento das telecomunicações, ..
(VETADO);
- f)* .. (VETADO);
- g)* propor ou promover as medidas adequadas à execução da presente lei;
- h)* fiscalizar o cumprimento das obrigações decorrentes das concessões, autorizações e permissões de serviços de telecomunicações e aplicar as sanções que estiverem na sua alçada;
- i)* rever os contratos de concessão ou atos de autorização ou permissão, por efeito da aprovação pelo Congresso, de atos internacionais;
- j)* fiscalizar as concessões, autorizações e permissões em vigor; opinar sobre a respectiva renovação e propor a declaração de caducidade e preempção;
- l)* estudar os temas a serem debatidos pelas delegações brasileiras, nas conferências e reuniões internacionais de telecomunicações, sugerindo e propondo diretrizes;
- m)* estabelecer normas para a padronização da escrita e contabilidade das empresas que explorem serviços de telecomunicação;
- n)* promover e superintender o tombamento dos bens e a perícia contábil das empresas concessionárias ou permissionárias de serviços de telecomunicação, e das empresas subsidiárias associadas ou dependentes delas, ou a elas vinculadas, inclusive das que sejam controladas por acionistas estrangeiros ou tenham como acionistas pessoas jurídicas com sede no estrangeiro, com o objetivo de determinação do investimento efetivamente realizado e do conhecimento de todos os elementos, que concorram para a emposição do custo do serviço, requisitando para esse fim os funcionários federais que possam contribuir para a

apuração dêesses dados;

o) estabelecer normas técnicas dentro das leis e regulamentos em vigor, visando à eficiência e integração dos serviços no sistema nacional de telecomunicações;

p) propor ao Presidente da República o valor das taxas a serem pagas pela execução dos serviços concedidos, autorizados ou permitidos, e destinadas ao custeio do serviço de fiscalização;

q) cooperar para o desenvolvimento do ensino técnico profissional dos ramos pertinentes à telecomunicação;

r) promover e estimular o desenvolvimento de indústria de equipamentos de telecomunicações dando preferência àqueles cujo capital, na sua maioria, pertençam a acionistas brasileiros;

s) estabelecer ou aprovar normas técnicas e especificações a serem observadas na planificação da produção industrial e na fabricação de peças, aparelhos e equipamentos utilizados nos serviços de telecomunicações;

t) sugerir normas para censura nos serviços de telecomunicações, em caso de declaração de estado de sítio;

u) fiscalizar a execução dos convênios firmados pelo Govêrno brasileiro com outros países;

v) encaminhar à autoridade superior os recursos regularmente interpostos de seus atos, decisões ou resoluções;

x) outorgar ou renovar quaisquer permissões e autorizações de serviço de radiodifusão de caráter local (art. 33 § 5º) e opinar sôbre a outorga ou renovação de concessões e

autorizações (art 34 §§ 1º e 3º);

estabelecer normas, fixar critérios e taxas para redistribuição de tarifa nos casos de tráfego mútuo entre as empresas de telecomunicações de todo o País;

aa) expedir certificados de licença para o funcionamento das estações de radiocomunicação e radiodifusão uma vez verificado, em vistoria, o atendimento às condições técnicas exigidas;

ab) estabelecer as quantificações necessárias ao desempenho de funções técnicas e operacionais pertinentes as telecomunicações, expedindo os certificados correspondentes;

ac) solicitar a prestação de serviços de quaisquer repartições ou autarquias federais;

ad) aplicar as penas de multa e suspensão à estação de radiodifusão que transmitir ou utilizar, total ou parcialmente, as emissões de estações congêneres sem prévia autorização;

ae) fiscalizar, durante as retransmissões de radiodifusão, a declaração de prefixo ou indicativo e a localização da estação emissora e da estação de origem;

af) fiscalizar o cumprimento, por parte das emissoras de radiodifusão, das finalidades e obrigações de programação, definidas no art. 38;

ag) estabelecer ou aprovar normas técnicas e especificações para a fabricação e uso de quaisquer instalações ou equipamentos elétricos que possam vir a causar interferências prejudiciais aos serviços de telecomunicações, incluindo-se nessa disposição as linhas de transmissão de energia e as estações e subestações transformadoras;

ah) propor ao Presidente do Conselho a imposição das penas da competência do Conselho;

ai) opinar sobre a aplicação da pena de cassação ou de suspensão, quando fundada em motivos de ordem técnica;

aj) propor, em parecer fundamentado, a declaração da caducidade ou preempção, da concessão, autorização ou permissão;

al) opinar sobre os atos internacionais (VETADO);

am) aprovar as especificações das redes telefônicas de exploração ou concessão estadual ou municipal.

CAPÍTULO V

Dos Serviços de Telecomunicações

Art. 30. Os serviços de telégrafos, radiocomunicações e telefones interestaduais estão sob a jurisdição da União, que explorará diretamente os troncos integrantes do Sistema Nacional de Telecomunicações, e poderá explorar diretamente ou através de concessão, autorização ou permissão, as linhas e canais subsidiários.

§ 1º Os troncos que constituem o Sistema Nacional de Telecomunicações serão explorados pela União através de empresa pública, com os direitos privilegiados e prerrogativas do Departamento dos Correios e Telégrafos, a qual avocará todos os serviços processados pelos referidos troncos, à medida que expirarem as concessões ou autorizações vigentes ou que se tornar conveniente a revogação das autorizações sem prazo determinado.

§ 2º Os serviços telefônicos explorados pelo Estado ou Município, diretamente ou através de concessão ou autorização, a partir do momento em que se ligarem direta ou indiretamente a serviços e congêneres existentes em outra unidade federativa, ficarão sob fiscalização do Conselho Nacional de Telecomunicações, que terá poderes para determinar as condições de tráfego mútuo, a redistribuição das taxas daí resultante, e as normas e especificações a serem obedecidas na operação e instalação desses serviços, inclusive para fixação das tarifas.

Art. 31. Os serviços internacionais de telecomunicações serão explorados pela União diretamente ou através de concessão outorgada, sem caráter exclusivo para instalação e operação de estações em pontos determinados do território nacional, com o fim único de estabelecer serviço público internacional.

Parágrafo único. As estações dos concessionários serão ligadas ao Serviço Nacional de Telecomunicações através do qual será encaminhado e recebido o tráfego telegráfico e telefônico para os locais não compreendidos na concessão.

Art. 32. Os serviços de radiodifusão, nos quais se compreendem os de televisão, serão executados diretamente pela União ou através de concessão, autorização ou permissão.

Art. 33. Os serviços de telecomunicações, não executados diretamente pela União, poderão ser explorados por concessão, autorização ou permissão, observadas as disposições da presente lei.

§ 1º Na atribuição de frequência para a execução dos serviços de telecomunicações serão levadas em consideração:

- a) o emprêgo ordenado e econômico do spectrum eletro magnético;
- b) as consignações de frequências anteriormente feitas, objetivando, evitar interferência prejudicial.

§ 2º Considera-se interferência qualquer emissão, irradiação ou indução que obstrua, total ou parcialmente, ou interrompa repetidamente serviços radioelétricos;

§ 3º (VETADO).

§ 4º (VETADO).

§ 5º Os serviços de radiodifusão de caráter local serão autorizados pelo Conselho Nacional de Telecomunicações.

§ 6º Dependem de permissão, dada pelo Conselho Nacional de Telecomunicações os seguintes serviços:

- a) Público Restrito (Art. 6º, letra b).
- b) Limitado (Art. 6º , letra c);
- c) Radioamador (Art. 6º, letra e);
- d) Especial (Art. 6º , letra f).

Art. 34. As novas concessões ou autorizações para o serviço de radiodifusão serão precedidas de edital, publicado com 60 (sessenta) dias de antecedência pelo Conselho Nacional de Telecomunicações, convidando os interessados a apresentar suas propostas em prazo determinado, acompanhadas de:

- a) prova de idoneidade moral;
- b) demonstração dos recursos técnicos e financeiros de que dispõem para o empreendimento;
- c) indicação dos responsáveis pela orientação intelectual e administrativa da entidade e, se fôr o caso, do órgão a que compete a eventual substituição dos responsáveis.

§ 1º A outorga da concessão ou autorização é prerrogativa do Presidente da República, ressalvado o disposto no art. 33 § 5º, depois de ouvido o Conselho Nacional de Telecomunicações sobre as propostas e requisitos exigidos pelo edital, e de publicado o respectivo parecer.

§ 2º Terão preferência para a concessão as pessoas jurídicas de direito público interno, inclusive universidades.

§ 3º As disposições do presente artigo regulam as novas autorizações de serviços de caráter local no que lhes forem aplicáveis.

Art. 35. As concessões e autorizações não têm caráter de exclusividade, e se restringem, quando envolvem a utilização de radiofrequência ao respectivo uso sem limitação do direito, que assiste à União, de executar, diretamente, serviço idêntico.

Art. 36. O funcionamento das estações de telecomunicações fica subordinado a prévia licença, de que constarão as respectivas características, e que só será expedida depois de verificada a observância de todas as exigências legais.

§ 1º A vistoria, para as estações de radiodifusão, após o atendimento das condições legais a que se refere este artigo e do registro do contrato de concessão pelo Tribunal de Contas, deverá ser procedida dentro de 30 (trinta) dias após a data da entrada do pedido de vistoria, e, aprovada esta, o fornecimento da licença para funcionamento não poderá ser retardado por mais de 30 (trinta) dias.

§ 2º O disposto neste artigo não se aplica às rêsdes por fio do Departamento dos Correios e Telégrafos e das estradas de ferro, cumprindo-lhes, todavia, comunicar ao Conselho Nacional de Telecomunicações a data da inauguração e as características da estação, para inscrição no cadastro e ulterior verificação.

§ 3º Expirado o prazo da concessão ou autorização, perde, automaticamente, a sua validade a licença para o funcionamento da estação.

Art. 37. ... (VEDADO).

Parágrafo único. (VETADO).

Art. 38. Nas concessões e autorizações para a execução de serviços de radiodifusão serão observados, além de outros requisitos, os seguintes preceitos e cláusulas:

os diretores e gerentes serão brasileiros natos e os técnicos encarregados da operação dos equipamentos transmissores serão brasileiros ou estrangeiros com residência exclusiva no

a) País permitida, porém, em caráter excepcional e com autorização expressa do Conselho de Telecomunicações, a admissão de especialistas estrangeiros, mediante contrato, para estas últimas funções;

b) a modificação dos estatutos e atos constitutivos das empresas depende, para sua validade, de aprovação do Governo, ouvido previamente o Conselho Nacional de Telecomunicações;

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

c) Conselho Nacional de Telecomunicações;

(VETADO).

d) os serviços de informação, divertimento, propaganda e publicidade das empresas de radiodifusão estão subordinadas às finalidades educativas e culturais inerentes à

radiodifusão, visando aos superiores interesses do País.

e) as emissoras de radiodifusão, excluídas as de televisão, são obrigadas a retransmitir diàriamente, das 19 (dezenove) às 20 (vinte) horas, exceto aos sábados, domingos e feriados, o programa oficial de informações dos Poderes da República, ficando reservadas 30 (trinta) minutos para divulgação de noticiário preparado pelas duas Casas do Congresso Nacional;

f) as emprêsas, não só através da seleção de seu pessoal, mas também das normas de trabalho observadas nas estações emissôras devem criar as condições mais eficazes para que se evite a prática de qualquer das infrações previstas na presente lei;

g) a mesma pessoa não poderá participar da direção de mais de uma concessionária ou permissionária do mesmo tipo de serviço de radiodifusão, na mesma localidade;

h) as emissôras de radiodifusão, inclusive televisão, deverão cumprir sua finalidade informativa, destinando um mínimo de 5% (cinco por cento) de seu tempo para transmissão de serviço noticioso.

Parágrafo único. 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 fôro especial.

Art. 39. As estações de radiodifusão, nos 90 (noventa) dias anteriores às eleições gerais do País ou da circunscrição eleitoral, onde tiverem sede reservarão diàriamente 2 (duas) horas à propaganda partidária gratuita, sendo uma delas durante o dia e outra entre 20 (vinte) e 23 (vinte e três) horas e destinadas, sob critério de rigorosa rotatividade, aos diferentes partidos e com proporcionalidade no tempo de acôrdo com as respectivas legendas no Congresso Nacional e Assembléias Legislativas.

§ 1º Para efeito dêste artigo a distribuição dos horários a serem utilizados pelos diversos partidos será fixada pela Justiça Eleitoral, ouvidos os representantes das direções partidárias.

§ 2º Requerida aliança de partidos, a rotatividade prevista no parágrafo anterior será alternada entre os partidos requerentes de alianças diversas.

§ 3º O horário não utilizado por qualquer partido será redistribuído pelos demais, não sendo permitida cessão ou transferência.

§ 4º Caberá à Justiça Eleitoral disciplinar as divergências oriundas da aplicação deste artigo.

Art. 40. As estações de rádio ficam obrigadas, a divulgar, 60 (sessenta) dias antes das eleições mencionadas no artigo anterior, os comunicados da Justiça Eleitoral até o máximo de tempo de 30 (trinta) minutos.

Art. 41. As estações de rádio e de televisão não poderão cobrar, na publicidade política, preços superiores aos em vigor, nos 6 (seis) meses anteriores, para a publicidade comum.

Art. 42. É o Poder Executivo autorizado a constituir uma entidade autônoma, sob a forma de empresa pública, de cujo capital participem exclusivamente pessoas jurídicas de direito público interno, bancos e empresas governamentais, com o fim de explorar industrialmente serviços de telecomunicações postos, nos termos da presente lei, sob o regime de exploração direta da União.

§ 1º A entidade a que se refere este artigo ampliará progressivamente seus encargos, de acordo com as diretrizes elaboradas pelo Conselho Nacional de Telecomunicações, mediante:

- a) transferência, por decreto do Poder Executivo, de serviços hoje executados pelo Departamento dos Correios e Telégrafos;
- b) incorporação de serviços hoje explorados mediante concessão ou autorização, à medida que estas sejam extintas;
- c) (VETADO).

§ 2º O Presidente da República nomeará uma comissão para organizar a nova entidade e a ela incorporar os bens móveis e imóveis pertencentes à União, atualmente sob a administração do Departamento dos Correios e Telégrafos aplicados nos serviços transferidos.

§ 3º A entidade poderá contratar pessoal de acordo com a legislação trabalhista, recrutado dentro ou fora do país, para exercer as funções de natureza técnico-especializada, relativas à instalação e uso de equipamentos especiais.

§ 4º (VETADO).

§ 5º Os recursos da nova entidade serão constituídos:

a) das tarifas cobradas pela prestação de seus serviços;

dos recursos do Fundo Nacional de Telecomunicações criado no art. 51 desta lei, cuja

b) aplicação obedecerá ao Plano Nacional de Telecomunicações elaborado pelo Conselho Nacional de Telecomunicações e aprovado por decreto do Presidente da República;

c) das dotações consignadas no Orçamento Geral da União;

d) do produto de operações de crédito, juros de depósitos bancários, rendas de bens patrimoniais, venda de materiais inservíveis ou de bens patrimoniais.

§ 6º A arrecadação das taxas de outras fontes de receita será efetuada diretamente pela entidade ou mediante convênios e acordos com órgãos do Poder Público.

Art. 43. As tarifas devidas pela utilização dos serviços de telecomunicações prestados pela entidade serão fixados pelo Conselho Nacional de Telecomunicações de forma a remunerar os custos totais dos serviços, as amortizações do capital investido e a formação dos fundos necessários à conservação, reposição, modernização dos equipamentos e ampliações dos serviços.

Art. 44. É vedada a concessão ou autorização do serviço de radiodifusão a sociedades por ações ao portador ou a empresas que não sejam constituídas exclusivamente dos brasileiros a que se referem as alíneas I e II do art. 129 da Constituição Federal.

Art. 45. A cada modalidade de telecomunicação corresponderá uma concessão, autorização ou permissão distinta que será considerada isoladamente para efeito da fiscalização e das contribuições previstas nesta lei.

Art. 46. Os Estados e Territórios Federais poderão obter permissão para o serviço telegráfico interior limitado sob sua direta administração e responsabilidade, dentro dos respectivos limites e

destinado exclusivamente a comunicações oficiais.

Art. 47. Nenhuma estação de radiodifusão, de propriedade da União, dos Estados, Territórios ou Municípios ou nas quais possuam essas pessoas de direito público maioria de cotas ou ações, poderá ser utilizada para fazer propaganda política ou difundir opiniões favoráveis ou contrárias a qualquer partido político, seus órgãos, representantes ou candidatos, ressalvado o disposto na legislação eleitoral.

Art. 48. Nenhuma estação de radiodifusão poderá transmitir ou utilizar, total ou parcialmente, as emissões de estações congêneres, nacionais ou estrangeiras, sem estar por estas previamente autorizada. Durante a irradiação, a estação dará a conhecer que se trata de retransmissão ou aproveitamento de transmissão alheia, declarando, além do próprio indicativo e localização, os da estação de origem.

Art. 49. (VETADO).

Parágrafo único. (VETADO).

Art. 50. As concessões e autorizações para a execução de serviços de telecomunicações poderão ser revistas sempre que se fizer necessária a sua adaptação a cláusulas de atos internacionais aprovados pelo Congresso Nacional ou a leis supervenientes de atos, observado o disposto no art. 141, § 3º da Constituição Federal.

CAPÍTULO VI

Do Fundo Nacional de Telecomunicações

Art. 51. É criado o Fundo Nacional de Telecomunicações constituído dos recursos abaixo relacionados, os quais serão arrecadados pelo prazo de 10 (dez) anos ... (VETADO) ... para serem aplicados na forma prescrita no Plano Nacional de Telecomunicações, elaborado pelo Conselho Nacional de Telecomunicações e aprovado por decreto do Presidente da República:

- a) produto de arrecadação de sobretarifas criadas pelo Conselho Nacional de Telecomunicações sobre qualquer serviço de telecomunicação, ... (VETADO) ... inclusive tráfego mútuo, taxas terminais e taxas de radiodifusão e radioamadorismo, não podendo, porém a sobretarifa ir além de 30% (trinta por cento) da tarifa;

- b)* juros dos depósitos bancários de recursos do próprio Fundo e produto de operações de crédito por êle garantidas;

- d)* rendas eventuais, inclusive donativos.

CAPÍTULO VII

Das Infrações e Penalidades

Art. 52. A liberdade de radiodifusão não exclui a punição dos que praticarem abusos no seu exercício.

Art. 53. Constitui abuso, no exercício de liberdade da radiodifusão, o emprêgo dêsse meio de comunicação para a prática de crime ou contravenção previstos na legislação em vigor no País, inclusive:

- a)* incitar a desobediência às leis ou às decisões judiciárias;

- b)* divulgar segredos de Estado ou assuntos que prejudiquem a defesa nacional;

- c)* ultrajar a honra nacional;

- d)* fazer propaganda de guerra ou de processos violentos para subverter a ordem política ou social;

- e)* promover campanha discriminatória de classe, côr, raça ou religião;

- f)* insuflar a rebeldia ou a indisciplina nas fôrças armadas ou nos serviços de segurança pública;

- g) comprometer as relações internacionais do País;
- h) ofender a moral familiar, pública, ou os bons costumes;
- i) caluniar, injuriar ou difamar os Poderes Legislativo, Executivo ou Judiciário ou os respectivos membros;
- j) veicular notícias falsas, com perigo para a ordem pública, econômica e social;

Parágrafo único. (VETADO).

Art. 54. (VETADO).

Art. 55. (VETADO).

Art. 56. Pratica crime de violação de telecomunicação quem, transgredindo lei ou regulamento, exhiba autógrafa ou qualquer documento do arquivo, divulgue ou comunique, informe ou capte, transmita a outrem ou utilize o conteúdo, resumo, significado, interpretação, indicação ou efeito de qualquer comunicação dirigida a terceiro.

§ 1º Pratica, também, crime de violação de telecomunicações quem ilegalmente receber, divulgar ou utilizar, telecomunicação interceptada.

§ 2º Sòmente os serviços fiscais das estações e postos oficiais poderão interceptar telecomunicação.

Art. 57. Não constitui violação de telecomunicação:

I - A recepção de telecomunicação dirigida por quem diretamente ou como cooperação esteja legalmente autorizado;

II - O conhecimento dado:

- a) ao destinatário da telecomunicação ou a seu representante legal;
- b) aos intervenientes necessários ao curso da telecomunicação;
- c) ao comandante ou chefe, sob cujas ordens imediatas estiver servindo;
- d) aos fiscais do Governo junto aos concessionários ou permissionários;
- e) ao juiz competente, mediante requisição ou intimação dêste.

Parágrafo único. Não estão compreendidas nas proibições contidas nesta lei as radiocomunicações destinadas a ser livremente recebidas, as de amadores, as relativas a navios e aeronaves em perigo, ou as transmitidas nos casos de calamidade pública.

Art. 58. Nos crimes de violação da telecomunicação, a que se referem esta lei e o art. 151 do Código Penal, caberão, ainda, as seguintes penas:

I - Para as concessionárias ou permissionárias:

- a) suspensão até 30 (trinta) dias, se culpados por ação ou omissão;
- b) a aplicação de multa administrativa ou de pena de suspensão ou cassação não exclui a responsabilidade criminal.

II - Para as pessoas:

- a) 1 (um) a 2 (dois) anos de detenção ou perda de cargo ou emprego, apurada a responsabilidade em processo regular, iniciado com o afastamento imediato do acusado até decisão final;

- b) para a autoridade responsável por violação de telecomunicação, as penas previstas na legislação em vigor serão aplicadas em dúbrio.

Parágrafo único. A reincidência, no caso da alínea " a ", do item I, será punida com pena em dúbrio, acarretando sempre suspensão ou cassação.

Art. 59. Serão suspensos ou cassados, na proporção da gravidade da infração os certificados dos operadores e amadores responsáveis pelo crime de violação de telecomunicação.

Art. 60. As penas administrativas, inclusive a multa, serão aplicadas pelo Conselho Nacional de Telecomunicações.

Art. 61. As penas por infração desta lei são:

- a) multa;
- b) suspensão;
- c) cassação;
- d) detenção.

Parágrafo único. (VETADO).

Art. 62. A pena de multa poderá ser aplicada por infração:

- a) das letras *a, b, c, e, g, e h* do artigo 38 desta lei;
- b) do art. 53 desta lei;

c) do art. 124 desta lei.

Art. 63. A multa terá o valor:

- a) de 1 (uma) a 10 (dez) vezes o maior salário-mínimo, para as estações de radiodifusão até 1 (um) kw;
- b) de 1 (uma) a 20 (vinte) vezes o maior salário-mínimo, para as estações de radiodifusão até 10 (dez) kw;
- c) de 1 (uma) a 50 (cinquenta) vezes o maior salário-mínimo, para as estações de radiodifusão com mais de dez (10) kw, e para as estações de televisão;
- d) de 1 (uma) a 100 (cem) vezes o maior salário-mínimo, para as telecomunicações que não sejam de radiodifusão.

Parágrafo único. A reincidência será punida com multa imposta em dobro.

Art. 64. Para os efeitos desta lei, considera-se reincidência a reiteração ... (VETADO) ... na prática da mesma infração já punida anteriormente.

Art. 65. A pena de multa poderá ser aplicada isolada ou conjuntamente com outras sanções especiais estatuídas nesta lei.

Art. 66. As multas serão aplicadas pelo Conselho Nacional de Telecomunicações, dentro do prazo de 30 (trinta) dias, contados da data do ingresso ou formação de ofício da respectiva representação em sua secretaria.

§ 1º Dentro do prazo de 5 (cinco) dias, contados da notificação, o acusado poderá oferecer defesa escrita.

§ 2º As multas poderão, também, ser aplicadas pelo Conselho Nacional de Telecomunicações mediante representação das autoridades referidas no art. 68 desta lei.

Art. 67. O infrator multado poderá dentro de 5 (cinco) dias e com efeito suspensivo, recorrer ao Presidente da República, que lhe dará ou negará provimento, podendo, ainda, reduzir o valor da multa.

Art. 68. A suspensão da concessão ou da permissão, até 30 (trinta) dias, será aplicada pelo Ministro da Justiça, nos casos em que a infração estiver capitulada no art. 53 desta lei, *ex officio* ou mediante representação de qualquer das seguintes autoridades:

I - Em todo o território nacional:

- a) Mesa da Câmara dos Deputados ou do Senado Federal;
- b) Presidente do Supremo Tribunal Federal;
- c) Ministro de Estado;
- d) Procurador Geral da República;
- e) Chefe do Estado Maior das Forças Armadas;
- f) Conselho Nacional de Telecomunicações.

II - Nos Estados:

- a) Mesa da Assembléia Legislativa;
- b) Presidente do Tribunal de Justiça;
- c) Secretário do Interior e da Justiça;

- d) Chefe do Ministério Público Estadual;
- e) Juiz de Menores, nos casos de ofensa à moral e aos bons costumes.

III - Nos Municípios:

- a) Mesa da Câmara Municipal;
- b) Prefeito Municipal.

Art. 69. Assim que receber representação das autoridades referidas no art. 68, inciso I, letras " a " e " b ", incontinenti o Ministro da Justiça notificará a concessionária ou permissionária, para que:

- a) não reincida na transmissão objeto da representação, até que esta seja decidida pelo Ministro da Justiça;
- b) desminta, imediatamente, a transmissão incriminada ou a desfaça por declarações contrárias às que tenham motivado a representação;
- c) ofereça defesa no prazo de 5 (cinco) dias.

Parágrafo único. Quando a representação fôr das autoridades referidas no art. 68, inciso I, letras c, d, e, e f, inciso II, letras a, b, c, d, e " e ", inciso III, letras "a" e "b" , o Ministro da Justiça verificará in limine , sua procedência, a fim de notificar ou não a concessionária ou permissionária.

Art. 70. Se a notificação não fôr prontamente obedecida, o Ministro da Justiça suspenderá, provisoriamente, a concessionária ou permissionária.

Parágrafo único. O Ministro da Justiça decidirá as representações que lhe forem oferecidas dentro de 15 (quinze) dias, improrrogáveis.

Art. 71. (VETADO).

a) (VETADO);

b) (VETADO);

c) (VETADO);

d) (VETADO);

e) (VETADO);

f) (VETADO);

g) (VETADO);

§ 1º (VETADO);

§ 2º (VETADO);

§ 3º (VETADO).

Art. 72. A pena de suspensão até 15 (quinze) dias, ouvido o Conselho Nacional de Telecomunicações, será ainda aplicada pelo Ministro da Justiça nos seguintes casos:

a) infração das letras *a, b, c, e, g e h*, do art. 38 desta lei, estipulando o Ministro da Justiça prazo para que sejam sanadas as irregularidades;

- b) desrespeito ao direito de resposta reconhecido por decisão judicial;
- c) quando seja criada situação de perigo de vida;
- d) inobservância do disposto nos §§ 3º e 4º do art. 81 e no art. 86 desta lei.

Parágrafo único. No caso da letra c deste artigo, a suspensão poderá ser aplicada pelo agente fiscalizador, " ad referendum " do Conselho Nacional de Telecomunicações.

Art. 73. Da suspensão aplicada nos termos do artigo anterior cabe recurso no prazo de 3 (três) dias, ao Presidente da República, (VETADO).

Art. 74. A pena de cassação será imposta pelo Ministro da Justiça dentro de 30 (trinta) dias e mediante representação do Conselho Nacional de Telecomunicações, nos seguintes casos:

- a) reincidência em infração anteriormente punida com suspensão;
- b) interrupção do funcionamento por mais de 30 (trinta) dias consecutivos, exceto quando haja autorização do Conselho Nacional de Telecomunicações, por justa causa;
- c) superveniência de incapacidade legal, técnica ou econômica para execução dos serviços da concessão ou autorização;
- d) por não haver a concessionária ou permissionária, no prazo estipulado pelo Ministro da Justiça, corrigido as irregularidades motivadoras de suspensão anteriormente imposta.

§ 1º O Conselho Nacional de Telecomunicações, ao representar pedindo a cassação dará ciência, na mesma data, a concessionária ou permissionária para que, dentro de 15 (quinze) dias, ofereça defesa escrita, querendo.

§ 2º (VETADO).

§ 3º (VETADO).

Art. 75. A preempção da concessão ou autorização será declarada pelo Presidente da República, precedendo parecer do Conselho Nacional de Telecomunicações, (VETADO).

Parágrafo único. (VETADO).

Art. 76. A caducidade da concessão ou da autorização será declarada pelo Presidente da República, precedendo parecer do Conselho Nacional de Telecomunicações, nos seguintes casos:

- a) quando a concessão ou a autorização decorra de convênio com outro País, cuja denúncia a torne inexecutável;

- b) quando expirarem os prazos da concessão ou autorização decorrente de convênio com outro País, sendo inviável a prorrogação.

Parágrafo único. (VETADO).

Art. 77. (VETADO).

Art. 78. Constitui crime punível com a pena de detenção de 1 (um) a 2 (dois) anos, aumentada da metade se houver dano a terceiro, a instalação ou utilização de telecomunicações, sem observância do disposto nesta lei e nos regulamentos.

Parágrafo único. Precedendo ao processo penal, para os efeitos referidos neste artigo será liminarmente procedida a busca e apreensão da estação ou aparelho ilegais.

Art. 79. As autoridades, pessoas, entidades ou empresas noticiosas que funcionem legalmente no País, quando não sob responsabilidade da concessionária ou permissionária, que praticarem abuso referido no art. 53 desta lei, estão sujeitas, no que couber, ao disposto nos artigos 9º a 16 e 26 a 51 da Lei nº 2.083, de 12 de novembro de 1953.

§ 1º A responsabilidade pela autoria, nos termos do disposto neste artigo, não exclui a da concessionária ou permissionária, quando culpada por ação ou omissão.

§ 2º As multas estipuladas na Lei nº 2.083, de 12 de novembro de 1953, serão de 5 (cinco) a 100 (cem) vezes o valor do maior salário-mínimo vigente no País.

Art. 80. Equiparam-se à atividade do jornalista profissional, a busca, a redação, a divulgação ou a promoção, através da radiodifusão, de notícias, reportagens, comentários, debates e entrevistas.

Art. 81. Independentemente da ação penal, o ofendido pela calúnia, difamação ou injúria cometida por meio de radiodifusão, poderá demandar, no Juízo Cível, a reparação do dano moral, respondendo por êste solidariamente, o ofensor, a concessionária ou permissionária, quando culpada por ação ou omissão, e quem quer que, favorecido pelo crime, haja de qualquer modo contribuído para êle.

§ 1º A ação seguirá o rito do processo ordinário estabelecido no Código do Processo Civil.

§ 2º Sob pena de decadência a ação deve ser proposta dentro de 30 (trinta) dias, a contar da data da transmissão caluniosa, difamatória ou injuriosa.

§ 3º Para exercer o direito à reparação é indispensável que no prazo de 5 (cinco) dias para as concessionárias ou permissionárias até 1 kw e de dez (dez) dias para as demais, o ofendido as notifique, via judicial ou extrajudicial, para que não desfaçam a gravação nem destruam o texto, referidos no art. 86 desta lei.

§ 4º A concessionária ou permissionária só poderá destruir a gravação ou o texto objeto da notificação referida neste artigo, após o pronunciamento conclusivo do Judiciário sobre a respectiva demanda para a reparação do dano moral.

Art. 82. Em se tratando de calúnia, é admitida, como excludente da obrigação de indenizar, a exceção da verdade, que deverá ser oferecida no prazo para a contestação.

Parágrafo único. Será sempre admitida a exceção da verdade, aduzida no prazo acima, em se tratando de calúnia ou difamação, se o ofendido exercer função pública na União, nos Estados, nos Municípios, em entidade autárquica ou em sociedade de economia mista.

Art. 83. (VETADO).

Art. 84. Na estimação do dano moral, o Juiz terá em conta, notadamente, a posição social ou política do ofendido, a situação econômica do ofensor, a intensidade do ânimo de ofender, a gravidade e repercussão da ofensa.

§ 1º O montante da reparação terá o mínimo de 5 (cinco) e o máximo de 100 (cem) vezes o maior salário-mínimo vigente no País.

§ 2º O valor da indenização será elevado ao dôbro quando comprovada a reincidência do ofensor

em ilícito contra a honra, seja por que meio fôr.

§ 3º A mesma agravação ocorrerá no caso de ser o ilícito contra a honra praticado no interesse de grupos econômicos ou visando a objetivos antinacionais.

Art. 85. A retratação do ofensor, em juízo ou fora dêle, não excluirá a responsabilidade pela reparação.

Parágrafo único. A retratação será atenuante na aplicação da pena de reparação.

Art. 86. As concessionárias ou permissionárias deverão conservar em seus arquivos os textos dos programas, inclusive noticiosos, devidamente autenticados pelos responsáveis, durante 10 (dez) dias.

Parágrafo único. Os programas de debates ou políticos, bem como pronunciamentos da mesma natureza não registrados em textos, excluídas as transmissões compulsoriamente estatuídas por lei, deverão ser gravados para que sejam conservados em seus arquivos até 5 (cinco) dias depois de transmitidos para as concessionárias ou permissionárias até 1 kw e até 10 (dez) dias, para as demais.

Art. 87. Os dispositivos, relativos à reparação dos danos morais, são aplicáveis, no que couber, ao caso ilícito contra a honra por meio da imprensa, devendo a petição inicial ser instruída, desde logo com o exemplar do jornal ou revista contendo a calúnia, difamação ou injúria.

Art. 88. A prescrição da ação penal nas infrações definidas nesta lei e na Lei nº 2.083, de 12 de novembro de 1953, ocorrerá 2 (dois) anos após a data da transmissão ou publicação incriminadas, e a da condenação no dôbro do prazo em que fôr fixada.

Parágrafo único. O direito de queixa ou de representação do ofendido, ou seu representante legal, decairá se não fôr exercido dentro do prazo de 3 (três) meses da data da transmissão ou publicação incriminadas.

Art. 89. É assegurado o direito de resposta a quem fôr ofendida pela radiodifusão.

Art. 90. O direito de resposta consiste na transmissão da resposta escrita a do ofendido, dentro de 24 (vinte e quatro) horas do seu recebimento, no mesmo horário, programa e pela mesma emissora em que se deu a ofensa.

§ 1º Se no prazo de 24 (vinte e quatro) horas não se repetir o programa para o efeito referido neste artigo, a emissora respeitará a exigência nêle e contida quanto ao horário.

§ 2º Quando o ofensor não tiver com a permissionária ou concessionária em que se deu a ofensa qualquer vínculo de responsabilidade ou de contrato de trabalho o pagamento da resposta é devido por aquele ou pelo ofendido, conforme decisão do judiciário sobre o pedido de resposta.

§ 3º No caso referido no parágrafo anterior, a emissora transmitirá a resposta 24 (vinte e quatro) horas depois que o ofendido lhe provar o ingresso em juízo do pedido de resposta.

§ 4º Se a emissora, no prazo referido no parágrafo anterior, não transmitir a resposta, ainda que a responsabilidade da ofensa seja de terceiro, nos termos do parágrafo 2º deste artigo, decairá do direito ao pagamento nele assegurado.

Art. 91. O direito de resposta poderá ser exercido pelo próprio ofendido, seu bastante procurador ou representante legal.

Parágrafo único. Quando a ofensa fôr à memória de alguém, o direito de resposta poderá ser exercido por seu cônjuge, ascendente, descendente ou parente colateral.

Art. 92. Se o pedido de resposta não fôr atendido dentro de 24 (vinte e quatro) horas, o ofendido, seu bastante procurador ou representante legal, ou no caso do parágrafo único, do artigo 91, qualquer das pessoas neste qualificadas, poderá reclamar judicialmente o direito de pessoalmente fazê-lo dentro de 24 (vinte e quatro) horas, contadas da intimação por mandado judicial.

Art. 93. Recebido o pedido de resposta, o juiz, dentro de 24 (vinte e quatro) horas mandará citar a concessionária ou permissionária para que, em igual prazo, diga das razões por que não a transmitiu.

Parágrafo único. Nas 24 (vinte e quatro) horas seguintes, o juiz proferirá sua decisão, tenha o responsável atendido, ou não, à intimação para que se defendesse, dela devendo também constar:

- a) fixação do tempo para a resposta;¹
- b) fixação do preço da transmissão quando o ofensor condenado ou ofendido que perdeu a ação, deva pagá-lo;
- c) gratuidade da resposta, quando:

I - houver ocorrido a decadência referida no parágrafo 4º do artigo 90 desta lei;

II - a autoria da ofensa seja de pessoa vinculada por qualquer responsabilidade ou por contrato de trabalho à concessionária ou permissionária;

III - a autoria seja de pessoa sem qualquer vínculo de responsabilidade ou de contrato de trabalho com a concessionária ou permissionária, mas sendo uma ou outra julgada culpada por ação ou omissão.

Art. 94. Da decisão proferida pelo juiz, caberá apelação no efeito devolutivo, com ação executiva para reaver o preço pago pela transmissão da resposta.

Art. 95. Será negada a transmissão da resposta:

- a) quando não tiver relação com os fatos referidos na transmissão incriminada;
- b) quando contiver expressões caluniosas, injuriosas ou difamatórias contra a concessionária ou permissionária;
- c) quando se tratar de atos ou publicações oficiais;
- d) quando se referir a terceiros, podendo dar-lhe também o direito de resposta;
- e) quando houver decorrido o prazo de mais de 30 (trinta) dias entre a transmissão incriminada e o respectivo pedido de resposta.

Art. 96. A transmissão da resposta, salvo quando espontânea, não impedirá o ofendido de promover a punição pelas ofensas de que foi vítima.

Art. 97. Os discursos proferidos no Congresso Nacional, assim como os votos e pareceres dos seus membros, são invioláveis para o efeito de transmissão pelas telecomunicações.

Parágrafo único. Na vigência do estado de sítio, só serão divulgados os discursos, votos e pareceres expressamente autorizados pela Mesa da Casa que pertencer o Congressista.

Art. 98. (VETADO).

Art. 99. (VETADO).

CAPÍTULO VIII

Das Taxas e Tarifas

Art. 100. A execução de qualquer serviço de telecomunicações, por meio de concessão, autorização ou permissão, está sujeita ao pagamento de taxas (VETADO).

Art. 101. Os critérios para determinação da tarifa dos serviços de telecomunicações, excluídas as referentes à Radiodifusão, serão fixados pelo Conselho Nacional de Telecomunicações de modo a permitirem:

- a) cobertura das despesas de custeio;
- b) justa remuneração do capital;
- c) melhoramentos e expansão dos serviços (Constituição, art. 151, parágrafo único).

§ 1º As tarifas dos serviços internacionais obedecerão aos mesmos princípios dêste artigo, observando-se o que estiver ou vier a ser estabelecido em acordos e convenções a que o Brasil esteja obrigado.

§ 2º Nenhuma tarifa entrará em vigor sem prévia aprovação pelo Conselho Nacional de Telecomunicações.

Art. 102. A parte da tarifa que se destinar a melhoramentos e expansão dos serviços de telecomunicações, de que trata o art. 101, letra "c", será escriturada em rubrica especial na contabilidade da empresa.

Art. 103. Não poderão ser incluídos na composição do custo do serviço, para efeito da revisão ou fixação tarifária:

- a) despesas de publicidade das concessionárias e permissionárias;

- b) assistência técnica devida a empresas que pertençam a holding , de que faça parte também a concessionária ou permissionária;
- c) honorários advocatícios, ou despesas com pareceres, quando a empresa possua órgãos técnicos permanentes para o serviço forense;
- d) despesa com peritos da parte, sempre que no quadro da empresa figurem pessoas habilitadas para a perícia em questão;
- e) vencimentos de diretores ou chefes de serviços, no que vierem a exceder a remuneração atribuída, no serviço federal, ao Ministro de Estado;
- f) despesas não cobradas com serviços de qualquer natureza que a lei não haja tornado gratuitos ou que não tenham sido dispensados de pagamento em resolução do Conselho Nacional de Telecomunicações, publicada no Diário Oficial .

Parágrafo único. A publicação de editais ou de notícias de evidente interesse público, não se incluirá na redação da letra " a " desde que previamente autorizada pelo Conselho Nacional de Telecomunicações e distribuída uniformemente por todos os jornais diários.

Art. 104. Será adotada tarifa especial para os programas educativos dos Estados, Municípios e Distrito Federal, assim como para as instalações privadas de ensino e de cultura.

Art. 105. Na ocorrência de novas modalidades do serviço, poderá o Governo até que a lei disponha a respeito, adotar taxas ... (VETADO) ... provisórias, calculadas na base das que são cobradas em serviço análogo ou fixadas para a espécie em regulamento internacional.

Art. 106. (VETADO).

Art. 107. No serviço telegráfico público internacional a União terá direito às taxas de terminal e de trânsito brasileiras.

Art. 108. Em relação à que for cobrada pela União em serviço interior idêntico, a tarifa dos concessionários e permissionários, deverá ser:

- a) igual, no serviço telegráfico das estradas de ferro;
- b) nunca inferior nos casos de serviço público restrito interior;
- c) sempre mais elevada, nos demais casos.

Art. 109. No serviço público telegráfico interior em tráfego mútuo entre rês da União e de estradas de ferro, a prôrateação das taxas obedecerá ao que fôr estipulado pelo Conselho Nacional de Telecomunicações.

Parágrafo único. Os convênios serão aprovados pelo Conselho Nacional de Telecomunicações e o rateio das taxas obedecerá às normas por êle estabelecidas.

Art. 110. Nos serviços de telegramas e radiocomunicações de múltiplos destinos será cobrada a tarifa que vigorar para a imprensa.

Art. 111. A tarifa dos radiotelegramas internacionais será estabelecida segundo os respectivos regulamentos, considerando-se, porém, serviço público interior para esse efeito os radiotelegramas diretamente permutados entre as estações brasileiras fixas ou móveis e as estações brasileiras móveis que se acharem fora da jurisdição territorial do Brasil.

Art. 112. As disposições sôbre tarifas sômente têm aplicação nos casos de serviços remunerados.

Parágrafo único. O Orçamento consignará anualmente dotação suficiente para cobertura das despesas, correspondentes às taxas postais-telegráficas resultantes dos serviços dos órgãos dos Podêres Executivo, Legislativo e Judiciário.

Art. 113. Os concessionários e permissionários não poderão cobrar tarifas diferentes das que, para os mesmos destinos no exterior e pela mesma via, estejam em vigor (VETADO).

Art. 114. Ficam revogados os dispositivos em vigor referentes ao registro de aparelhos receptores de radiodifusão.

Art. 115. São anistiadas as dívidas pelo não pagamento de taxa de registro de aparelhos receptores de radiodifusão, devendo o Poder Executivo providenciar o imediato cancelamento dessas dívidas, inclusive as já inscritas e ajuizadas.

Art. 116. Regulamentada esta lei, constituído e instalado o Conselho Nacional de Telecomunicações, ficará extinta a Comissão Técnica de Rádio, transferindo-se o seu pessoal, arquivo, expediente e instalações para o Conselho Nacional de Telecomunicações.

Art. 117. (VETADO).

Art. 118. O Conselho Nacional de Telecomunicações procederá, imediatamente, ao levantamento das concessões, autorizações e permissões, propondo ao Presidente da República a extinção daquelas cujos serviços não estiverem funcionando por culpa dos concessionários.

Art. 119. Até que seja aprovado o seu Quadro de Pessoal os serviços a cargo do Conselho Nacional de Telecomunicações serão executados por servidores públicos civis e militares, requisitados na forma da legislação em vigor.

Art. 120. Após a sua instalação, o Conselho Nacional de Telecomunicações proporá, dentro de 90 (noventa) dias, a organização dos quadros de seus serviços e órgãos.

Art. 121. O Conselho Nacional de Telecomunicações procederá à revisão dos contratos das empresas de telecomunicações que funcionam no país, observando:

- a) a padronização de todos os contratos, observadas as circunstâncias peculiares a cada tipo de serviço;
- b) a fixação de prazo para as concessionárias autorizadas a funcionar no país se adaptarem aos preceitos da presente lei e às disposições do seu respectivo regulamento.

Art. 122. É o Departamento dos Correios e Telégrafos dispensado de, no último dia do ano, recolher à conta de "restos a pagar", as importâncias empenhadas na aquisição de material ou na contratação ou ajuste de serviços de terceiros, não entregues ou não concluídos antes daquela data.

§ 1º As importâncias serão depositadas no Banco do Brasil, em conta vinculada com o fornecedor, só podendo ser liberadas quando certificado o recebimento.

§ 2º A conta vinculada mencionará especificamente a data limite de entrega ou de conclusão dos serviços.

§ 3º 30 (trinta) dias após a data limite e não tendo o Departamento dos Correios e Telégrafos liberado a conta, o Banco do Brasil recolherá o depósito à conta de "restos a pagar" da União.

Art. 123. As disposições legais e regulamentares que disciplinam os serviços de telecomunicações não colidentes com esta lei e não revogadas ou derogadas, explícita ou implicitamente, pela mesma, deverão ser consolidadas pelo Poder Executivo.

Art. 124. O tempo destinado na programação das estações de radiodifusão, à publicidade comercial, não poderá exceder de 25% (vinte e cinco por cento) do total.

Art. 125. (VETADO).

Art. 126. (VETADO).

Art. 127. É o Poder Executivo autorizado a abrir, no Ministério da Fazenda, o crédito especial de Cr\$ 30.000.000,00 (trinta milhões de cruzeiros) destinado a atender, no corrente exercício, às despesas de qualquer natureza com a instalação e funcionamento do Conselho Nacional de Telecomunicações.

Art. 128. Esta lei entrará em vigor na data de sua publicação e deverá ser regulamentada, por ato do Poder Executivo, dentro de 90 (noventa) dias.

Art. 129. Revogam-se as disposições em contrário.

Brasília, 27 de agosto de 1962; 141º da Independência e 74º da República.

JOÃO GOULART

Francisco Brochado da Rocha

Candido de Oliveira Neto

Pedro Paulo de Araújo Suzano

Miguel Calmon

Hélio de Almeida

Reynaldo de Carvalho Filho

Carlos Siqueira Castro

ANEXO 6. DECRETO 6.689 DE 11 DEZEMBO DE 2008.

Decreto nº 6.689, de 11 dezembro de 2008

Aprova o Estatuto Social da Empresa Brasil de Comunicação S.A. - EBC e revoga o art. 4º do Decreto nº 6.246, 24 de outubro de 2007.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA, no uso da atribuição que lhe confere o art. 84, inciso IV, da Constituição, e tendo em vista o disposto na Lei nº 11.652, de 7 de abril de 2008,

DECRETA:

Art. 1º Fica aprovado o Estatuto Social da Empresa Brasil de Comunicação S.A - EBC, anexo a este Decreto.

Art. 2º Este Decreto entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 3º Fica revogado o art. 4º do Decreto nº 6.246, 24 de outubro de 2007.

Brasília, 11 de dezembro de 2008; 187º da Independência e 120º da República.

LUIZ INÁCIO LULA DA SILVA

Paulo Bernardo Silv

Franklin Martins

ANEXO

CAPÍTULO I

DA DENOMINAÇÃO, NATUREZA, DURAÇÃO E SEDE

Art. 1º A Empresa Brasil de Comunicação S.A - EBC é uma empresa pública, organizada sob a forma de sociedade anônima de capital fechado, vinculada à Secretaria de Comunicação Social da

Presidência da República.

§ 1º O prazo de duração da sociedade é indeterminado.

§ 2º A EBC tem sede e foro na cidade de Brasília, Distrito Federal, com atuação em todo território nacional, podendo instalar escritórios, dependências e centros de produção e radiodifusão em qualquer local.

CAPÍTULO II

DA FINALIDADE, PRINCÍPIOS, OBJETIVOS E COMPETÊNCIAS

Art. 2º A EBC tem por finalidade a prestação de serviços de radiodifusão pública e serviços conexos, com observação dos seguintes princípios:

I - complementaridade entre os sistemas privado, público e estatal;

II - promoção do acesso à informação por meio da pluralidade de fontes de produção e distribuição do conteúdo;

III - produção e programação com finalidades educativas, artísticas, culturais, científicas e informativas;

IV - promoção da cultura nacional, estímulo à produção regional e à produção independente;

V - respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família;

VI - não discriminação religiosa, político partidária, filosófica, étnica, de gênero ou de opção sexual;

VII - observância de preceitos éticos no exercício das atividades de radiodifusão;

VIII - autonomia em relação ao Governo Federal para definir produção, programação e distribuição de conteúdo no sistema público de radiodifusão; e

IX - participação da sociedade civil no controle da aplicação dos princípios do sistema público de radiodifusão, respeitando-se a pluralidade da sociedade brasileira.

Art. 3º São objetivos da EBC:

I - oferecer mecanismos para debate público acerca de temas de relevância nacional e internacional;

II - desenvolver a consciência crítica do cidadão, mediante programação educativa, artística, cultural, informativa, científica e promotora de cidadania;

III - fomentar a construção da cidadania, a consolidação da democracia e a participação na sociedade, garantindo o direito à informação, à livre expressão do pensamento, à criação e à comunicação;

IV - cooperar com os processos educacionais e de formação do cidadão;

V - apoiar processos de inclusão social e socialização da produção de conhecimento, garantindo espaços para exibição de produções regionais e independentes;

VI - buscar excelência em conteúdos e linguagens e desenvolver formatos criativos e inovadores, constituindo-se em centro de inovação e formação de talentos;

VII - direcionar sua produção e programação pelas finalidades educativas, artísticas, culturais, informativas, científicas e promotoras da cidadania, sem com isso retirar seu caráter competitivo na busca do interesse do maior número de ouvintes ou telespectadores;

VIII - promover parcerias e fomentar produção audiovisual nacional, contribuindo para a expansão de sua produção e difusão; e

IX - estimular a produção e garantir a veiculação, inclusive na rede mundial de computadores, de conteúdos interativos, especialmente aqueles voltados para a universalização da prestação de serviços públicos.

Art. 4º Para realização de sua finalidade, compete à EBC:

I - implantar e operar as emissoras e explorar os serviços de radiodifusão pública sonora e de sons e imagens do Governo Federal;

II - implantar e operar as suas próprias redes de repetição e retransmissão de radiodifusão, explorando os respectivos serviços;

III - estabelecer cooperação e colaboração com entidades públicas ou privadas que explorem o serviço de comunicação e radiodifusão pública, mediante convênios ou outros ajustes, com vistas à formação de rede nacional de comunicação pública;

IV - produzir e difundir programação informativa, educativa, artística, cultural, científica, de cidadania e de recreação;

V - promover e estimular a formação e o treinamento de pessoal especializado, necessário às atividades de radiodifusão, comunicação e serviços conexos;

VI - prestar serviços no campo de radiodifusão, comunicação e serviços conexos, inclusive para a transmissão de atos e matérias do Governo Federal;

VII - distribuir a publicidade legal dos órgãos e entidades da administração federal, à exceção daquela veiculada pelos órgãos oficiais da União;

VIII - exercer outras atividades afins, que lhe forem atribuídas pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República ou pelo seu Conselho Curador; e

IX - garantir os mínimos de dez por cento de conteúdo regional e de cinco por cento de conteúdo independente em sua programação semanal, em programas a serem veiculados no horário compreendido entre seis e vinte e quatro horas.

§ 1º Para fins do disposto no inciso VII do *caput*, entende-se por publicidade legal a publicação de avisos, balanços, relatórios e outros a que os órgãos e entidades da administração federal estejam obrigados por força de lei ou regulamento.

§ 2º Para os fins do disposto no inciso IX do *caput*, entende-se por:

I - conteúdo regional: conteúdo produzido num determinado Estado, com equipe técnica e artística composta majoritariamente por residentes locais; e

II - conteúdo independente: conteúdo cuja empresa produtora, detentora majoritária dos direitos patrimoniais sobre a obra, não tenha qualquer associação ou vínculo, direto ou indireto, com empresas de serviço de radiodifusão sonora e de sons e imagens ou prestadoras de serviço de veiculação de conteúdo eletrônico.

§ 3º Para o cumprimento do percentual relativo a conteúdo regional, de que trata o inciso IX do *caput*, deverão ser veiculados, na mesma proporção, programas produzidos em todas as regiões do País.

CAPÍTULO III DO CAPITAL E DAS AÇÕES

Art. 5º O capital social da EBC é de R\$ 200.000.000,00 (duzentos milhões de reais), dividido em duzentas mil ações ordinárias nominativas e sem valor nominal.

§ 1º Cada ação ordinária confere ao seu titular direito a voto nas deliberações da assembléia geral.

§ 2º O preço, as condições de emissão, subscrição e integralização de ações serão estabelecidas pela assembléia geral.

§ 3º Os acionistas terão direito de preferência na subscrição de novas ações, quando de sua emissão e colocação, na proporção da quantidade de ações que possuem.

Art. 6º O capital social poderá ser aumentado mediante a capitalização de recursos que os acionistas destinarem a esse fim, bem como por meio de incorporação de bens e direitos e nos demais casos previstos na legislação, mediante prévia aprovação da assembléia geral.

§ 1º Os aumentos do capital social serão autorizados pela assembléia geral, por proposta dos administradores da EBC, ouvido o Conselho Fiscal.

§ 2º Na hipótese do § 1º, a assembléia geral fixará ainda as condições de subscrição e integralização do capital social, bem como deliberará sobre a quantidade de ações a serem emitidas.

§ 3º Sobre os recursos transferidos pela União, para fins de aumento de capital da EBC, incidirão encargos financeiros na forma da legislação vigente, desde o dia da transferência até a data da

capitalização.

Art. 7º Poderão ser acionistas da EBC as entidades da administração federal indireta, os Estados, o Distrito Federal e os Municípios, bem assim suas entidades da administração indireta.

Parágrafo único. A participação de que trata o *caput* poderá ser realizada mediante a transferência, para o patrimônio da EBC, de bens representativos dos acervos de estações de radiodifusão de sua propriedade ou de outros bens necessários e úteis ao seu funcionamento.

CAPÍTULO IV DOS RECURSOS FINANCEIROS

Art. 8º Os recursos da EBC serão constituídos da receita proveniente:

- I - de dotações orçamentárias;
- II - da exploração dos serviços de radiodifusão pública;
- III - no mínimo, de setenta e cinco por cento da arrecadação da contribuição instituída pela Lei nº 11.652, de 7 de abril de 2008;
- IV - de prestação de serviços a entes públicos ou privados, da distribuição de conteúdo, modelos de programação, licenciamento de marcas e produtos e outras atividades inerentes à comunicação;
- V - de doações, legados, subvenções e outros recursos que lhe forem destinados por pessoas físicas ou jurídicas de direito público ou privado;
- VI - de apoio cultural de entidades de direito público e de direito privado, sob a forma de patrocínio de programas, eventos e projetos;
- VII - de publicidade institucional de entidades de direito público e de direito privado, vedada a veiculação de anúncios de produtos ou serviços;
- VIII - da distribuição da publicidade legal dos órgãos e entidades da administração pública federal, segundo o disposto no § 1º do art. 4º;
- IX - de recursos obtidos nos sistemas instituídos pelas Leis nos 8.313, de 23 de dezembro de 1991, 8.685, de 20 de julho de 1993, e 11.437, de 28 de dezembro de 2006;
- X - de recursos provenientes de acordos e convênios que realizar com entidades nacionais e internacionais, públicas ou privadas;
- XI - de rendimentos de aplicações financeiras que realizar; e
- XII - de rendas provenientes de outras fontes, desde que não comprometam os princípios e objetivos da radiodifusão pública.

CAPÍTULO V DA ASSEMBLÉIA GERAL

Art. 9º A assembleia geral de acionistas será convocada por deliberação do Conselho de Administração ou, nas hipóteses admitidas em lei, pelo Diretor-Presidente, pelo Conselho Fiscal, por grupo de acionistas ou por acionista isoladamente.

§ 1º A assembleia geral reunir-se-á, ordinariamente, uma vez ao ano, dentro dos quatro primeiros meses após o término do exercício social e, extraordinariamente, sempre que se fizer necessário, por convocação do Conselho de Administração.

§ 2º Os trabalhos da assembleia geral serão dirigidos pelo Presidente do Conselho de Administração da EBC, por seu substituto, ou, na ausência ou impedimento de ambos, por um dos acionistas ou administrador da empresa presentes, escolhido pelos acionistas.

§ 3º A assembleia geral só poderá deliberar sobre os assuntos da ordem do dia constantes do respectivo edital de convocação, que deve conter apenas temas específicos, e suas deliberações serão tomadas por maioria de votos, observado o disposto na legislação societária.

Art. 10. Além dos poderes definidos em lei, compete especialmente à assembleia geral:

I - reformar o Estatuto para a aprovação do Presidente da República;

II - tomar anualmente as contas dos administradores e deliberar sobre as demonstrações financeiras por eles apresentadas;

III - deliberar sobre a destinação do resultado do exercício, sobre a distribuição de dividendos e o pagamento de juros sobre o capital próprio;

IV - deliberar sobre a avaliação dos bens com que o acionista concorrer para o capital social;

V - deliberar sobre cisão, fusão ou incorporação da EBC, sua dissolução e liquidação, bem como eleger e destituir os liquidantes e julgar-lhes as contas;

VI - deliberar sobre a transformação da EBC;

VII - autorizar a permuta de ações ou outros valores mobiliários de emissão da EBC;

VIII - fixar a remuneração global dos membros do Conselho de Administração, da Diretoria Executiva e do Conselho Fiscal; e

IX - deliberar sobre outros assuntos que lhe forem propostos.

CAPÍTULO VI

DA ADMINISTRAÇÃO E ORGANIZAÇÃO DA EBC

Art. 11. São órgãos de administração:

I - o Conselho de Administração; e

II - a Diretoria Executiva.

Parágrafo único. A estrutura organizacional interna da EBC e as funções de todas as áreas que a compõem, observadas as já previstas neste Estatuto, serão definidas em regimento interno, elaborado pela Diretoria Executiva e aprovado pelo Conselho de Administração.

Art. 12. Os órgãos de administração serão integrados por brasileiros dotados de notórios conhecimentos, inclusive sobre as melhores práticas de governança corporativa, experiência, idoneidade moral, reputação ilibada e capacidade técnica compatível com o cargo, todos residentes no País.

Parágrafo único. Os membros da Diretoria Executiva deverão ter experiência profissional mínima de três anos em suas respectivas áreas de atuação.

Art. 13. Não podem participar dos órgãos de administração, além dos impedidos por lei:

I - os que detenham controle ou participação relevante no capital social de pessoa jurídica inadimplente com a empresa ou que lhe tenha causado prejuízo ainda não ressarcido, estendendo-se esse impedimento aos que tenham ocupado cargo de administração em pessoa jurídica nessa situação, no exercício social imediatamente anterior à data da eleição ou nomeação;

II - os que houverem sido condenados por crime falimentar, de sonegação fiscal, de prevaricação, de corrupção ativa ou passiva, de concussão, de peculato, contra a economia popular, contra a fé pública, contra a propriedade ou que houverem sido condenados a pena criminal que vede, ainda que temporariamente, o acesso a cargos públicos;

III - os declarados inabilitados para cargos de administração em empresas sujeitas a autorização, controle e fiscalização de órgãos e entidades da administração pública direta e indireta;

IV - os declarados falidos ou insolventes;

V - os que detiveram o controle ou participaram da administração de pessoa jurídica concordatária, falida ou insolvente, no período de cinco anos anteriores à data da eleição ou nomeação, salvo na condição de síndico, comissário ou administrador judicial; VI - sócio, ascendente, descendente ou parente colateral ou afim, até o terceiro grau, de membro do Conselho de Administração ou da Diretoria Executiva;

VII - os que ocuparem cargos em sociedades que possam ser consideradas concorrentes no mercado, em especial em conselhos consultivos, de administração ou fiscal, salvo dispensa da assembléia geral; e

VIII - os que tiverem interesse conflitante com a sociedade, salvo dispensa da assembléia geral.

§ 1º Aos integrantes dos órgãos de administração é vedado intervir em operação em que, direta ou indiretamente, sejam interessadas sociedades de que detenham o controle ou participação superior a

cinco por cento do capital social.

§ 2º O impedimento referido no § 1º aplica-se, ainda, quando se tratar de empresa em que ocupem ou tenham ocupado, em período imediatamente anterior à investidura na EBC, cargo de gestão.

CAPÍTULO VII

DO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

Art. 14. O Conselho de Administração será composto:

I - por um membro indicado pelo Ministro de Estado Chefe da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, que exercerá a presidência do colegiado;

II - pelo Diretor-Presidente;

III - por um membro indicado pelo Ministro de Estado do Planejamento, Orçamento e Gestão;

IV - por um membro indicado pelo Ministro de Estado das Comunicações; e

V - por um membro indicado pelos acionistas minoritários, e, não havendo estes, um membro indicado pelo Ministro de Estado Chefe da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República.

§ 1º Os membros do Conselho de Administração serão nomeados pelo Presidente da República entre brasileiros de notório conhecimento e experiência, idoneidade moral e reputação ilibada.

§ 2º O prazo de gestão dos membros do Conselho de Administração será de três anos, permitidas reconduções, à exceção do Diretor-Presidente, que terá mandato de quatro anos, permitida a recondução.

§ 3º A investidura dos membros do Conselho de Administração dar-se-á mediante assinatura do termo de posse em livro próprio.

§ 4º O prazo de gestão do Conselho de Administração contar-se-á a partir da data de publicação do ato de nomeação e estende-se até a investidura dos novos administradores.

§ 5º Na hipótese de recondução, o prazo da nova gestão contar-se-á da data da assinatura do termo de posse.

§ 6º Em caso de vacância no curso da gestão, será nomeado novo conselheiro, nos termos do *caput*, que completará a gestão do substituído.

§ 7º O Conselho de Administração reunir-se-á, ordinariamente, a cada mês, e, extraordinariamente,

sempre que convocado pelo seu Presidente ou por dois terços dos seus membros.

§ 8º As decisões do Conselho de Administração serão tomadas por maioria simples, cabendo ao Presidente o voto de qualidade, em caso de empate.

§ 9º O conselheiro que, por qualquer motivo, tiver interesse particular ou conflitante com o da EBC em determinada deliberação não participará da discussão e votação desse item.

§ 10. Em caso de vacância, falta ou impossibilidade temporária de seu Presidente, o Conselho de Administração será presidido interinamente pelo conselheiro escolhido pelos remanescentes.

§ 11. Além das demais hipóteses previstas em lei, considerar-se-á vago o cargo de membro do Conselho de Administração que, sem causa justificada, deixar de comparecer a mais de duas reuniões consecutivas ou três alternadas, no intervalo de trezentos e sessenta e cinco dias.

§ 12. A remuneração dos membros do Conselho de Administração, além do reembolso obrigatório das despesas de locomoção e estadia necessárias ao desempenho da função, será fixada pela assembléia geral e não excederá, em nenhuma hipótese, a dez por cento da remuneração mensal média dos diretores.

§ 13. As deliberações serão lavradas em atas, que serão redigidas com clareza, e registradas todas as decisões tomadas, tornando-se objeto de aprovação formal.

Art. 15. O Conselho de Administração é o órgão de orientação e de direção superior da EBC, competindo-lhe:

I - fixar a orientação geral dos negócios da EBC, respeitadas as competências do Conselho Curador;

II - convocar, nos casos previstos em lei e neste Estatuto, a assembléia geral, apresentando propostas para sua deliberação;

III - eleger e destituir os membros da Diretoria Executiva, observado o disposto no art. 16;

IV - opinar e encaminhar à assembléia geral:

a) o relatório da administração e as contas da Diretoria Executiva;

b) a proposta de destinação de lucros ou resultados;

- c) a proposta de distribuição de dividendos e o pagamento de juros sobre o capital próprio; e
- d) a proposta de aumento de capital, preço e condições de emissão, subscrição e integralização de ações;

V - aprovar o regimento interno da EBC, que detalhará as atribuições e as competências dos diretores, bem como a sua estrutura organizacional e o seu funcionamento, observado o disposto neste Estatuto;

VI - fiscalizar a gestão dos diretores, examinar os livros e papéis da EBC, solicitar informações sobre editais de licitação, contratos celebrados, ou em vias de celebração, aditivos contratuais e de quaisquer outros atos praticados pelos dirigentes, bem como sobre as providências adotadas pela administração para regularizar diligências do Tribunal de Contas da União e da Secretaria de Controle Interno da Presidência da República;

VII - autorizar a alienação de bens do ativo permanente, quando de valor superior a cinco por cento do patrimônio líquido, a constituição de ônus reais e a prestação de garantia pela EBC;

VIII - autorizar e homologar a contratação de auditores independentes, bem como a sua destituição;

IX - aprovar o plano estratégico, bem como os respectivos planos plurianuais e programas anuais de dispêndios e de investimentos;

X - aprovar normas internas para licitação e para contratação de aquisição de obras e serviços;

XI - definir as normas específicas para contratação de pessoal permanente da EBC por meio de concurso público de provas ou de provas e títulos;

XII - determinar o valor acima do qual os atos, contratos ou operações, embora de competência da Diretoria Executiva, deverão ser submetidos à aprovação do Conselho de Administração;

XIII - encaminhar à assembléia geral as propostas de alterações deste Estatuto;

XIV - definir as atribuições da unidade de auditoria interna e regulamentar o seu funcionamento, cabendo-lhe, ainda, nomear e destituir o seu titular;

XV - estabelecer as diretrizes para elaboração do Plano Anual de Atividades de Auditoria Interna - PAINT para o exercício seguinte, até o último dia útil do mês de dezembro de cada ano, e aprovar esse Plano;

XVI - autorizar a abertura, a transferência ou encerramento de escritórios, dependências e centros de produção e radiodifusão;

XVII - aprovar o plano de cargos, carreira e salários e o quadro de pessoal;

XVIII - autorizar a contratação de empréstimos, seguros, obras, serviços, projetos, pesquisas, profissionais autônomos e a prestação de cauções, avais e fianças no interesse da EBC;

XIX - acompanhar o desempenho econômico e financeiro da sociedade;

XX - encaminhar ao Ministro de Estado Chefe da Secretaria de Comunicação Social da Presidência

da República a proposta de criação de cargos e a fixação de salários, benefícios e vantagens;

XXI - designar e destituir o titular da Ouvidoria; e

XXII - decidir os casos omissos deste Estatuto.

CAPÍTULO VIII

DA DIRETORIA EXECUTIVA

Art. 16. A Diretoria Executiva será constituída por:

I - um Diretor-Presidente, nomeado pelo Presidente da República;

II - um Diretor-Geral, nomeado pelo Presidente da República; e

III - até seis Diretores a serem definidos pelo regimento interno.

§ 1º Os membros referidos no inciso III serão eleitos e destituíveis pelo Conselho de Administração.

§ 2º É de três anos o prazo de gestão da Diretoria Executiva, exceto o Diretor-Presidente, que terá mandato de quatro anos, permitida a recondução.

§ 3º O Diretor-Presidente será substituído pelo Diretor-Geral nos seus afastamentos ou impedimentos eventuais e interinamente no caso de renúncia ou impedimento definitivo.

§ 4º Além das hipóteses comuns de vacância, será considerado vago o cargo de Diretor-Presidente quando ocorrer o afastamento do titular por mais de trinta dias, sem que tenha havido autorização do Conselho de Administração.

§ 5º É assegurado aos membros da Diretoria Executiva o gozo de férias anuais remuneradas, sendo vedado o pagamento em dobro da remuneração relativa a férias anuais não gozadas no decorrer do período concessivo.

§ 6º Os membros da Diretoria Executiva são responsáveis pelos atos praticados em desconformidade com a lei, com este Estatuto e com as diretrizes institucionais emanadas do Conselho de Administração.

§ 7º Os membros da Diretoria Executiva serão destituídos nas hipóteses legais ou se receberem dois votos de desconfiança do Conselho Curador, no período de doze meses, emitidos com interstício mínimo de trinta dias entre ambos.

§ 8º Os membros da Diretoria Executiva, à exceção do Diretor-Presidente, serão substituídos, nas

suas ausências temporárias, afastamentos ou impedimentos eventuais, por quem eles indicarem ao Diretor-Presidente, que os designará mediante ato próprio, entre outros integrantes da Diretoria Executiva ou um de seus subordinados diretos, este último até um prazo máximo de trinta dias.

§ 9º Ocorrendo a vacância de cargo da Diretoria Executiva, à exceção do de Diretor-Presidente, este será ocupado interinamente por outro membro da Diretoria Executiva, designado pelo Diretor-Presidente.

§ 10. A Diretoria Executiva contará com o auxílio de um Secretário-Executivo.

§ 11. Os membros da Diretoria Executiva poderão delegar parte de suas atribuições aos demais diretores, ao Secretário-Executivo e aos seus subordinados diretos.

§ 12. Em função da pauta e a critério do Diretor-Presidente, poderão participar das reuniões da Diretoria Executiva, com direito a voz e sem direito a voto, empregados e dirigentes da EBC, bem como convidados externos.

Art. 17. São atribuições do Diretor-Presidente:

- I - dirigir, supervisionar, coordenar e controlar as atividades da EBC;
- II - conduzir o planejamento estratégico institucional da EBC;
- III - exercer a representação institucional perante o Governo e a sociedade de forma geral;
- IV - aprovar políticas, planos e diretrizes propostos pelos Diretores junto ao Conselho de Administração e ao Conselho Curador naquilo que for suas respectivas atribuições;
- V - praticar os demais atos de gestão, não compreendidos na área de competência da assembléia geral, do Conselho de Administração, do Conselho Curador e do Conselho Fiscal;
- VI - representar, ativa e passivamente, a EBC, em juízo ou fora dele, podendo, para tanto, delegar poderes e constituir procuradores, especificando no instrumento de delegação ou mandato os atos ou operações que poderão praticar e a sua duração;
- VII - estabelecer junto ao Conselho de Administração e ao Conselho Curador as prioridades das ações naquilo que for suas respectivas atribuições;
- VIII - solicitar a cessão e designar servidores para o exercício de cargo em comissão ou função de confiança, bem como restituí-los ao órgão de origem, na forma da lei;
- IX - autorizar a cessão de empregados, assim como a contratação, por prazo determinado, de pessoal técnico especializado, observada a legislação pertinente;
- X - manter o Conselho Curador, Conselho de Administração e Conselho Fiscal informados sobre as atividades da EBC;
- XI - convocar, instalar e presidir as reuniões da Diretoria Executiva;
- XII - submeter ao Conselho de Administração as propostas orçamentárias, de normas gerais de

administração de pessoal, inclusive às relativas à fixação de quadro, de regulamentos e normas internas, após análise da área jurídica;

XIII - submeter ao Conselho de Administração as propostas de alteração do capital social, deste Estatuto, da estrutura organizacional, do regimento interno, bem como de criação de escritórios, dependências ou centros de produção e radiodifusão, após análise da área jurídica;

XIV - encaminhar aos Conselhos de Administração e Fiscal os resultados do exercício findo;

XV - coordenar a elaboração, em conjunto com a Diretoria Executiva, do plano anual de trabalho e o relatório anual de sua implementação, encaminhando ao Conselho Curador juntamente com as diretrizes educativas, artísticas, culturais e informativas integrantes da política de comunicação da EBC;

XVI - encaminhar à Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República a proposta de instituição de câmaras técnicas setoriais com vistas a promover a articulação com entidades governamentais e agentes econômicos que atuam na área de comunicação e serviços conexos;

XVII - propor ao Conselho de Administração as nomeações e destituições dos demais diretores;

XVIII - convocar a assembléia geral nos casos previstos em lei;

XIX - admitir, designar, promover, transferir e dispensar empregados, de acordo com a legislação e as normas da EBC;

XX - ordenar despesas e, juntamente com a área administrativa-financeira, assinar ordens de pagamento;

XXI - aprovar e assinar pela EBC, juntamente com outro diretor, contratos, convênios, ajustes e acordos;

XXII - propor aos diretores programas de trabalho e medidas necessárias à defesa dos interesses da EBC;

XXIII - cumprir e fazer cumprir as deliberações emanadas da assembléia geral, do Conselho de Administração, do Conselho Curador e da Diretoria Executiva;

XXIV - determinar a realização de inspeções técnicas, auditagens, sindicâncias ou inquéritos;

XXV - encaminhar anualmente ao Conselho Curador as diretrizes educativas, artísticas, culturais e informativas integrantes da política de comunicação da EBC;

XXVI - designar o Secretário-Executivo da EBC; e

XXVII - designar o ouvidor da EBC.

§ 1º O Diretor-Presidente poderá instituir e regulamentar um comitê de programação e rede.

§ 2º O Diretor-Presidente poderá avocar atribuições de outros diretores, devendo o ato, em todo caso, ser aprovado pelo Conselho de Administração.

Art. 18. São atribuições do Diretor-Geral:

I - substituir o Diretor-Presidente em suas ausências e impedimentos;

II - dirigir, supervisionar, organizar, gerir e coordenar a execução de todas as atividades de radiodifusão pública, nos termos do regimento interno, implementando as diretrizes emanadas dos Conselhos e do Diretor-Presidente;

III - assegurar a qualidade dos conteúdos e a eficiência dos serviços sob sua supervisão;

IV - elaborar propostas de normas para apreciação do Diretor-Presidente;

V - trabalhar em conjunto com os demais integrantes da gestão empresarial para a consecução dos objetivos e metas do planejamento institucional;

VI - alocar e distribuir sua equipe de trabalho;

VII - propor ao Diretor-Presidente a distribuição de atribuições entre os membros das demais diretorias operacionais a serem dispostas no regimento interno, de acordo com as conveniências da gestão; e

VIII - executar outras atribuições delegadas ou designadas pelo Diretor-Presidente.

Art. 19. São atribuições dos demais diretores integrantes da Diretoria Executiva:

I - dirigir, supervisionar, planejar, organizar, gerir, coordenar e executar todas as atividades afetas a sua área de atuação, nos termos do regimento interno;

II - garantir a qualidade e eficiência dos serviços de sua área de atuação;

III - elaborar propostas de normas para apreciação do Diretor-Presidente;

IV - trabalhar em conjunto com os demais integrantes da gestão empresarial para a consecução dos objetivos e metas do planejamento institucional;

V - alocar e distribuir sua equipe de trabalho; e

VI - executar outras atribuições delegadas ou designadas pelo Diretor-Presidente.

Parágrafo único. O regimento interno definirá as demais atribuições das diretorias.

Art. 20. São atribuições do Secretário-Executivo:

I - apoiar o Diretor-Presidente na gestão empresarial, coordenando as atividades de planejamento estratégico, normatização, desenvolvimento organizacional e implementação de macro-políticas;

II - coordenar a secretaria da Diretoria Executiva, nos termos do regimento interno; e

III - exercer outras atribuições delegadas ou designadas pelo Diretor-Presidente.

CAPÍTULO IX DO CONSELHO FISCAL

Art. 21. O Conselho Fiscal da EBC será constituído por três membros, e respectivos suplentes, designados pelo Presidente da República, para o exercício de suas atribuições pelo prazo de quatro anos, vedada a recondução, sendo:

I - um membro indicado pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República;

II - um membro indicado pelo Ministro de Estado da Fazenda, como representante do Tesouro Nacional; e

III - um membro indicado pelos acionistas minoritários, ou, na falta destes, por um representante indicado pelo Ministro de Estado Chefe da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República.

§ 1º Os membros do Conselho Fiscal, em sua primeira reunião, elegerão o seu Presidente, ao qual caberá dar cumprimento às deliberações do órgão.

§ 2º O Conselho Fiscal reunir-se-á, ordinariamente, a cada dois meses, e, extraordinariamente, sempre que convocado pelo Conselho de Administração.

§ 3º As decisões do Conselho Fiscal serão tomadas por maioria simples, cabendo ao Presidente o voto de qualidade, em caso de empate.

§ 4º No caso de ausência, o membro do Conselho Fiscal será substituído pelo respectivo suplente.

§ 5º No caso de vacância ou afastamento, o membro suplente ocupará o cargo até que seja indicado o novo conselheiro para complementar o prazo restante.

§ 6º O Conselho Fiscal poderá solicitar à EBC a designação de pessoal qualificado para secretariá-lo e prestar-lhe apoio técnico.

§ 7º O prazo do mandato contar-se-á a partir da designação, nos termos do *caput*.

§ 8º Além das demais hipóteses previstas em lei, considerar-se-á vaga a função de membro do Conselho Fiscal que, sem causa justificada, deixar de exercer suas atribuições por mais de duas reuniões consecutivas ou três alternadas.

§ 9º Findo o mandato, o membro do Conselho Fiscal permanecerá no exercício da função até a investidura do novo titular.

Art. 22. Somente podem ser eleitos para o Conselho Fiscal pessoas naturais, residentes no País, diplomadas em curso de nível universitário, ou que tenham exercido, por prazo mínimo de três anos, cargo de administrador de empresa ou de conselheiro fiscal.

§ 1º Não podem ser designados para o Conselho Fiscal, além das pessoas enumeradas nos

parágrafos do art. 147 da Lei nº 6.404, de 15 de dezembro de 1976, membros de órgãos de administração e empregados da EBC, e o cônjuge ou parente, até terceiro grau, de administrador da empresa.

§ 2º A remuneração dos membros do Conselho Fiscal, além do reembolso obrigatório das despesas de locomoção e estadia necessárias ao desempenho da função, será fixada pela assembléia geral e não excederá, em nenhuma hipótese, a dez por cento da remuneração mensal média dos diretores.

Art. 23. As deliberações do Conselho Fiscal serão lançadas em livro de atas do próprio Conselho.

Art. 24. Compete ao Conselho Fiscal:

I - fiscalizar os atos dos administradores e verificar o cumprimento dos seus deveres legais e estatutários;

II - acompanhar a gestão financeira e patrimonial da EBC e fiscalizar a execução orçamentária, podendo examinar livros e documentos, bem como requisitar informações;

III - opinar sobre o relatório anual da administração, fazendo constar do seu parecer as informações complementares que julgar necessárias ou úteis à deliberação da assembléia geral;

IV - opinar sobre as propostas dos órgãos da administração, relativas a modificação do capital social, aos planos de investimento ou orçamentos de capital, distribuição de dividendos, transformação, incorporação, fusão ou cisão;

V - denunciar aos órgãos de administração e, se estes não tomarem providências necessárias para a proteção dos interesses da EBC, à assembléia geral, os erros, fraudes, crimes ou ilícitos de que tomar conhecimento e sugerir providências;

VI - analisar, ao menos trimestralmente, o balancete e demais demonstrações financeiras elaboradas periodicamente pela EBC;

VII - examinar as demonstrações financeiras do exercício social e sobre elas opinar;

VIII - exercer suas atribuições, durante a liquidação, tendo em vista as disposições especiais que a regulam;

IX - pronunciar-se sobre assuntos de sua atribuição que lhe forem submetidos pelo Conselho de Administração ou pela Diretoria Executiva;

X - convocar as assembléias geral ordinária se os órgãos da administração retardarem mais de um mês essa convocação, e extraordinária, sempre que ocorrerem motivos graves ou urgentes, incluindo na agenda das assembléias as matérias que considerarem necessárias;

XI - comparecer às reuniões do Conselho de Administração ou da Diretoria Executiva nas matérias em que por força de lei deva opinar;

XII - fornecer ao acionista ou grupo de acionistas, que representem, no mínimo, cinco por cento do capital social, sempre que solicitadas, informações sobre matérias de sua competência; e

XIII - elaborar e aprovar o seu regimento interno.

Parágrafo único. As atribuições e poderes conferidos por lei ou por este Estatuto ao Conselho Fiscal não podem ser outorgados a outro órgão da EBC.

CAPÍTULO X

DO CONSELHO CURADOR

Art. 25. O Conselho Curador da EBC, órgão de natureza consultiva e deliberativa, será integrado por vinte e dois membros, designados pelo Presidente da República.

§ 1º Os titulares do Conselho Curador serão escolhidos entre brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos, de reputação ilibada e reconhecido espírito público, segundo a seguinte composição:

I - Ministro de Estado Chefe da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República;

II - Ministro de Estado da Cultura;

III - Ministro de Estado da Educação;

IV - Ministro de Estado da Ciência e Tecnologia;

V - um representante indicado pelo Senado Federal e um representante indicado pela Câmara dos Deputados;

VI - um representante dos funcionários da EBC, eleito pelos próprios integrantes do quadro permanente da empresa, mediante voto direto e secreto, conforme edital de convocação publicado pelo Diretor-Presidente com, no mínimo, quinze dias de antecedência ao pleito; e

VII - quinze representantes da sociedade civil, designados pelo Presidente da República, indicados, segundo critérios de diversidade cultural e pluralidade de experiências profissionais, sendo que cada uma das regiões do Brasil deverá ser representada por, pelo menos, um conselheiro.

§ 2º É vedada a indicação ao Conselho Curador de:

I - pessoa que tenha vínculo de parentesco até terceiro grau com membro da Diretoria Executiva; e

II - agente público detentor de cargo eletivo ou investido exclusivamente em cargo em comissão de livre provimento da União, Estados, Distrito Federal ou Municípios, à exceção dos referidos nos incisos I, II, III, IV e VI do § 1º.

§ 3º O conselheiro referido no inciso VI do § 1º terá mandato de dois anos, vedada a recondução.

§ 4º Os primeiros conselheiros referidos no inciso VII do § 1º serão escolhidos e designados pelo Presidente da República para mandatos de dois e quatro anos, sendo oito conselheiros para o mandato de dois anos e sete conselheiros para o mandato de quatro anos.

§ 5º O mandato dos titulares do Conselho Curador referidos nos incisos V e VII do § 1º será de quatro anos, renováveis por uma única vez.

§ 6º Findo o mandato, o membro do Conselho Curador permanecerá no exercício da função até a designação do novo titular.

§ 7º Os membros do Conselho Curador referidos nos incisos VI e VII do § 1º perderão o mandato nas hipóteses de renúncia, processo judicial com decisão definitiva, ou na hipótese de ausência injustificada a três sessões do colegiado, durante o período de doze meses.

§ 8º Os membros do Conselho Curador referidos no inciso VI e VII do § 1º também perderão o mandato por decisão do Presidente da República, mediante a provocação de três quintos da totalidade dos seus membros.

§ 9º O membro do Conselho Curador referido no inciso VI receberá reembolso das despesas de locomoção e estadia necessárias ao desempenho da função.

Art. 26. O Conselho Curador poderá solicitar à EBC a designação de pessoal qualificado para secretariá-lo e prestar-lhe apoio técnico.

Art. 27. As determinações expedidas pelo Conselho Curador, no exercício de suas atribuições, são de observância cogente pelos órgãos de administração.

Art. 28. O Conselho Curador deve se reunir, ordinariamente, a cada dois meses, e, extraordinariamente, sempre que convocado por seu Presidente ou por dois terços de seus membros.

Art. 29. Participarão das reuniões do Conselho Curador, sem direito a voto, o Diretor-Presidente, o Diretor-Geral e o Ouvidor da EBC.

Art. 30. A participação dos integrantes do Conselho Curador referidos nos incisos V e VII do § 1º do art. 25, às suas reuniões, será remunerada à razão de dez por cento da remuneração percebida pelo Diretor-Presidente, e suas despesas de deslocamento e estadia, para o exercício de suas atribuições, serão suportadas pela EBC.

Art. 31. Compete ao Conselho Curador:

I - deliberar sobre as diretrizes educativas, artísticas, culturais e informativas integrantes da política de comunicação propostas pela Diretoria Executiva da EBC;

II - zelar pelo cumprimento dos princípios e objetivos descritos nos arts. 2º e 3º;

III - opinar sobre matérias relacionadas ao cumprimento dos princípios e objetivos descritos nos arts. 2º e 3º;

IV - deliberar sobre o planejamento anual proposto pela Diretoria Executiva, bem como sobre a linha editorial de produção e programação proposta, devendo manifestar-se sobre sua aplicação prática;

V - deliberar, pela maioria absoluta de seus membros, quanto à imputação de voto de desconfiança aos membros da Diretoria Executiva, no que diz respeito ao cumprimento dos princípios e objetivos descritos nos arts. 2º e 3º, garantido o direito à oitiva do membro objeto do voto;

VI - eleger, entre seus membros, o seu Presidente;

VII - aprovar o seu regimento interno;

VIII - acompanhar o processo de eleição, a ser implementado pela EBC, relativamente ao membro referido no inciso VI do § 1º do art. 25;

IX - coordenar o processo de consulta pública a ser implementado pela EBC para a renovação de sua composição, relativamente aos membros referidos no inciso VII do § 1º do art. 25; e

X - encaminhar ao Conselho de Comunicação Social as deliberações tomadas em cada reunião.

§ 1º Para efeito do processo de consulta pública a que se refere o inciso IX do *caput*, a EBC receberá indicações da sociedade, na forma do regimento interno do Conselho Curador, formalizadas por entidades da sociedade civil constituídas como pessoa jurídica de direito privado, sem fins lucrativos, voltadas, ainda que parcialmente:

I - à promoção da ética, da paz, da cidadania, dos direitos humanos ou da democracia;

II - à educação ou à pesquisa;

III - à promoção da cultura ou das artes;

IV - à defesa do patrimônio histórico ou artístico;

V - à defesa, preservação ou conservação do meio ambiente; e

VI - à representação sindical, classista e profissional.

§ 2º No processo de consulta pública a que se refere o inciso IX do *caput*, não serão consideradas indicações originárias de partidos políticos, de instituições religiosas ou voltadas para a disseminação de credos, cultos, práticas e visões devocionais ou confessionais.

CAPÍTULO XI

DAS ÁREAS COMPLEMENTARES

Art. 32. A EBC disporá de uma Ouvidoria, vinculada ao Diretor-Presidente, à qual compete:

I - oferecer canais de comunicação com os telespectadores e rádio-ouvintes, assegurando-lhe o

direito à crítica e a sugestões sobre o conteúdo e a programação da EBC; e

II - enviar resposta fundamentada aos telespectadores e rádio-ouvintes, ouvidas as Diretorias de área, e por meio do sistema de comunicação da EBC, com direcionamento estratégico do Diretor-Presidente.

§ 1º O Ouvidor será designado pelo Diretor-Presidente da EBC, para mandato de dois anos, admitida uma recondução.

§ 2º O Ouvidor somente perderá o mandato nas hipóteses de renúncia ou de processo judicial com decisão definitiva.

§ 3º No exercício de suas funções, o Ouvidor deverá:

I - redigir boletim interno diário com críticas à programação do dia anterior, a ser encaminhado à Diretoria Executiva;

II - conduzir, sob sua inteira responsabilidade editorial, no mínimo quinze minutos de programação semanal, a ser veiculada pela EBC no horário compreendido entre seis e vinte e quatro horas, voltada à divulgação pública de análises sobre a programação da EBC; e

III - elaborar relatórios bimestrais sobre a atuação da EBC, a serem encaminhados aos membros do Conselho Curador até cinco dias antes das reuniões ordinárias daquele colegiado.

Art. 33. A EBC disporá de Auditoria Interna, vinculada ao Conselho de Administração, à qual compete executar as atividades de auditoria de natureza contábil, financeira, orçamentária, administrativa, patrimonial e operacional da EBC, sob a supervisão da Secretaria de Controle Interno da Presidência da República, bem como propor as medidas preventivas e corretivas dos desvios detectados e verificar o cumprimento e a implementação, pela EBC, de recomendações ou determinações efetuadas pela Secretaria de Controle Interno da Presidência da República, pelo Tribunal de Contas da União e pelo Conselho Fiscal.

§ 1º O titular da Auditoria Interna será designado e destituído por proposta do Diretor-Presidente, pelo Conselho de Administração, e, após, submetido à aprovação da Secretaria de Controle Interno da Presidência da República.

§ 2º O planejamento das atividades de auditoria interna será consignado no PAINT para cada exercício social, o qual deverá ser submetido previamente à análise da Secretaria de Controle Interno da Presidência da República, até o último dia útil do mês de outubro do exercício anterior ao de sua execução.

§ 3º O PAINT, elaborado de acordo com as normas da Controladoria-Geral da União, deverá ser

aprovado pelo Conselho de Administração até o último dia útil do mês de dezembro do exercício anterior ao de sua execução e encaminhado à Secretaria de Controle Interno da Presidência da República até o dia 31 de janeiro de cada ano a ser aplicado.

§ 4º Os resultados anuais dos trabalhos de auditoria interna serão apresentados no Relatório Anual de Atividades de Auditoria Interna - RAIINT, em conformidade com as normas da Controladoria-Geral da União, o qual deverá ser encaminhado à Secretaria de Controle Interno da Presidência da República até o dia 31 de janeiro do exercício subsequente.

CAPÍTULO XII

DO EXERCÍCIO SOCIAL, DO LUCRO, DO DIVIDENDO E DAS RESERVAS

Art. 34. O exercício social da EBC corresponderá ao ano civil e as demonstrações financeiras serão elaboradas até 31 de dezembro de cada exercício.

§ 1º As demonstrações financeiras, além dos requisitos legais e regulamentares, devem conter:

- I - balanço patrimonial;
- II - demonstração do resultado do exercício;
- III - demonstração dos lucros ou prejuízos acumulados ou demonstrações das mutações patrimoniais; e
- IV - demonstrações dos fluxos de caixas.

§ 2º As demonstrações financeiras de que trata o *caput* serão auditadas por auditores independentes registrados na Comissão de Valores Mobiliários - CVM.

§ 3º As demonstrações financeiras, acompanhadas do parecer dos auditores independentes, da Auditoria Interna, do Conselho Fiscal e da manifestação do Conselho de Administração, serão encaminhadas à deliberação da assembléia geral e, em seguida, encaminhadas à Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República.

Art. 35. O Conselho de Administração, efetuada a dedução para atender a prejuízos acumulados e a provisão para o imposto sobre a renda, proporá à assembléia geral a destinação do resultado do exercício, observado o seguinte:

- I - cinco por cento do lucro líquido para constituição da reserva legal, até que esta alcance vinte por cento do capital social; e
- II - vinte e cinco por cento do lucro líquido ajustado, no mínimo, para o pagamento de dividendos aos acionistas, na proporção de suas ações.

§ 1º Observada a legislação vigente, o Conselho de Administração poderá propor à assembléia geral o pagamento aos acionistas de juros sobre o capital próprio ou dividendos, a título de remuneração.

§ 2º Sobre os valores dos dividendos e dos juros, a título de remuneração sobre o capital próprio, devidos aos acionistas, incidirão encargos financeiros equivalentes à taxa SELIC, a partir do encerramento do exercício social até o dia do efetivo recolhimento ou pagamento, sem prejuízo da incidência de juros moratórios sempre que esse recolhimento ou pagamento não se verificar na data fixada em lei ou deliberação da assembléia geral, devendo ser considerada como a taxa diária, para a atualização desse valor durante os cinco dias úteis anteriores à data do pagamento ou recolhimento, a mesma taxa SELIC divulgada no quinto dia útil que antecede o dia da efetiva quitação da obrigação.

§ 3º Os prejuízos acumulados serão deduzidos, obrigatoriamente, do lucro acumulado, das reservas de lucros e da reserva legal, nessa ordem, para, só então, virem a ser deduzidos do capital social, na forma prevista no art. 173 da Lei nº 6.404, de 1976.

§ 4º Do lucro líquido do exercício, após as deduções anteriores, o Conselho de Administração poderá propor à assembléia geral o percentual de participação dos empregados nos lucros auferidos, em cada exercício, na forma da legislação em vigor.

§ 5º O saldo do lucro, após as destinações legais e estatutárias, será colocado à disposição da assembléia geral, acompanhado de plano de aplicação apresentado pelo Conselho de Administração, por proposta da Diretoria Executiva e aprovado pelo Conselho Fiscal.

CAPÍTULO XIII

DO PESSOAL

Art. 36. O regime jurídico do pessoal da EBC será o da Consolidação das Leis do Trabalho e respectiva legislação complementar.

Art. 37. A contratação do pessoal permanente da EBC far-se-á por meio de concurso público de provas ou de provas e títulos, observadas as normas específicas editadas pelo Conselho de Administração.

Art. 38. Os cargos em comissão ou de função de confiança de chefia e assessoramento da EBC serão ocupados por designação do Diretor-Presidente, em observância aos dispositivos legais sobre a matéria.

Art. 39. A EBC poderá patrocinar entidade fechada de previdência privada, nos termos da legislação vigente.

Parágrafo único. O patrocínio de que trata o *caput* poderá ser feito mediante adesão a entidade fechada de previdência privada já existente.

CAPÍTULO XIV

DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

Art. 40. A EBC assegurará aos integrantes e ex-integrantes da Diretoria Executiva, dos Conselhos de Administração e Fiscal e aos seus empregados a defesa em processos judiciais e administrativos contra eles instaurados pela prática de atos no exercício do cargo, atividade ou função, desde que não haja incompatibilidade com os interesses da empresa.

§ 1º A forma do benefício mencionado no *caput* será definida pelo Conselho de Administração, ouvida a área jurídica da EBC.

§ 2º A EBC poderá manter, na forma e extensão definidas pelo Conselho de Administração, observado, no que couber, o disposto no *caput*, contrato de seguro permanente em favor das pessoas ali mencionadas, para resguardá-las de responsabilidade por atos ou fatos pelos quais eventualmente possam vir a ser demandados judicial ou administrativamente.

§ 3º Se alguma das pessoas mencionadas no *caput* for condenada, com decisão judicial transitada em julgado, com fundamento em violação da lei ou deste Estatuto ou decorrente de ato doloso, deverá ressarcir a EBC de todos os custos e despesas decorrentes da defesa, além de eventuais prejuízos.

Art. 41. É vedada à EBC conceder financiamento, prestar fiança ou aval a terceiros, sob qualquer modalidade, em negócios estranhos a suas finalidades, bem como realizar contribuições ou conceder auxílios não consignados no orçamento.

Art. 42. Os administradores, os membros dos Conselhos de Administração, Curador e Fiscal e os empregados da EBC investidos em cargos de confiança, de direção, assessoramento ou chefia ao assumirem, anualmente e ao deixarem suas funções, deverão apresentar declaração de bens e renda, de acordo com a legislação vigente.

Art. 43. A EBC rege-se pela Lei nº 11.652, de 2008, pela Lei nº 6.404, de 1976, por este Estatuto e pelas demais normas que lhe sejam aplicáveis.

ANEXO 7. TRANSCRIPCIÓN DE LAS ENTREVISTAS REALIZADAS

Entrevista com o professor Dr. Cesar Ricardo Siqueira Bolaño

Socorro Palitó – Professor, como é que o senhor avalia os dois anos da TV Brasil? Qual é a avaliação que você faz?

Cesar Bolaño – A TV Brasil... olha, eu sempre faço uma piada quando fazem essa pergunta, porque eu sempre digo: Olha, eu não sei porque lá em casa não pega. ((riu)) De fato eu acho que é uma experiência interessante e não é uma mudança assim tão significativa em relação a que... em termos de programação, em relação àquilo que a TV pública brasileira sempre fez que sempre foi melhor que a privada. Eu acho que é uma iniciativa importante do governo. Agora eu acho que mereceria mais, eu acho que seria importante que o Brasil tivesse a preocupação de efetivamente criar um sistema misto, ter um sistema público capaz de concorrer em pé de igualdade com o sistema privado, acho que isso é o que tá faltando, investimento na produção, na transmissão, investimento no sentido de ter uma televisão pública a altura da televisão pública, por exemplo.

Socorro Palitó - Que chegue a todos.

Cesar Bolaño - Que chegue a todos e exatamente aberta e crítica, que seja uma referência em termos de produção, de ficção mas principalmente em termos de produção de jornalismo, de debates, ou seja, que cumpra aquela função que a TV Pública cumpre na Europa, por exemplo, num sistema misto, né e que ia servir como uma referência de qualidade para a televisão privada, mas não podemos mais ter como referência de qualidade a televisão privada no Brasil porque é uma coisa um pouco, aliás bastante discutido, né, a qualidade, principalmente do ponto de vista do caráter democrático do meio e das possibilidades de debate público.

Socorro Palitó – Cesar, você acredita que faltou debate para o surgimento dessa televisão, a população não tomou conhecimento?

Cesar Bolaño - ah eu acho, eu acho que faltou debate de um modo geral faltou debate nas políticas de comunicação do governo nesses últimos anos, eu acho que o governo tomou algumas iniciativas interessantes, mas talvez a única que acabou se consolidando dessa forma foi a da TV pública, mas em todos os casos faltou debate e quando houve debate que foi no caso da TV digital, por exemplo, esse debate acabou no sendo muito considerado, né... então eu acho que há uma dívida do governo no Lula no que se refere às políticas de comunicação no Brasil. e eu acho que a questão da Conferência Nacional hoje não está... não salda essa dívida, a maneira como ela foi posta.

Socorro Palitó - Cesar e assim, a que tu credita o fato dessa televisão ter saído nesse segundo mandato e não no primeiro?

Cesar Bolaño – Não, eu não sei, não tenho... ((tossiu)) não posso dizer o que passa na cabeça do Lula ou do governo, quais são as estratégias, eu sei que o Lula sofreu muito com a Globo e com a grande indústria cultural brasileira, com a mídia brasileira de um modo geral

e a criação da TV pública, eu acho que veio muito tarde. Quer dizer nunca é tarde, eu acho que é uma iniciativa importante, mas eu acho que foi apartir de uma conjuntura em que ele talvez finalmente tenha percebido, que é preciso ter uma comunicação menos controlada, que precisa ter, reduzir a censura no Brasil, porque a censura é muito forte na televisão privada, não é? E o próprio governo sofre a censura em determinados momentos cruciais do processo político, como é no momento de uma eleição, por exemplo, né. Então eu acho, que o governo se deu conta que é preciso ter um meio de comunicação independente. e o que garante a independência é o caráter público do meio, não a propriedade privada de uma família, isso é óbvio né.

Socorro Palitó - ô Cesar, mas aí quando a gente fala em televisão pública, a ideia que se tem é que essa televisão é independente do governo é uma televisão para o público e essa televisão, quando a gente pensa assim, o governo necessita de ter essa comunicação? Não corre o risco dela ter a cara desse governo ou a cara do próximo governo?

Cesar Bolaño – Não, eu acho que esse é um risco que sempre se corre, esse é um risco que sempre se corre principalmente num país como o Brasil, não é? De que essa televisão em vez de ser uma televisão pública seja uma televisão é pública aparelhada pelo governo de plantão em determinados momentos, eu acho que esse risco ele é real e a sociedade brasileira deve criar mecanismos de controle social para evitar isso. Agora mas o que eu quero dizer é que é mais fácil você propor e efetivar mecanismos de controle do estado do que mecanismos de controle do privado, então se houver tentativas de controle por parte do governo sobre a televisão pública por exemplo, eu acho que é um problema de estado, né enquanto que se há controle por parte da família que tenha concessão sobre o seu meio isso é considerado como “ah não é um meio privado, cada um faz o que quer. O negócio é meu, a fábrica é minha, o escritório é meu mando eu. Então eu acho que essa é a diferença justamente do que é pública e do que é privada, não que público seja isento de qualquer tipo de manipulação pelo contrário mas o fato é que o debate e o controle sob o público é muito forte. O próprio olhar, a vigilância que a mídia privada tem sobre a TV pública é muito grande, então eu acho que se você for analisar do ponto de vista de conteúdo... pegar o jornal que assiste em um meio e assiste em outro... você vai ver que efetivamente a TV pública ela é sempre mais independente...

Socorro Palitó - falando desse controle da (supostamente) mídia privada... me recorda por exemplo o editorial do dia trinta e um de julho em que a Folha pede o fechamento da TV Brasil...

Cesar Bolaño - Pois é, isso é uma barbaridade é um absurdo, mas eu já acho que é uma questão ideológica mesmo porque a Folha não concorda com a TV pública... quem concorda com a TV pública são as televisões privadas, né. esse editorial mostra a posição efetiva do empresariado da mídia no Brasil.

Socorro Palitó - Alegando que era muito dinheiro investido, que eram traços de audiência e tudo mais. e pede simplesmente ()...

Cesar Bolaño - E essa é uma alegação sem sentido... sem sentido porque na verdade não é traços de audiência e mesmo que fosse um traço de audiência o povo brasileiro tem direito de ter informação. Eu faço a comparação com as TVs legislativas etc... ninguém assiste uma TV legislativa o tempo todo, a TV legislativa é chata, né. porque é uma câmera fixa lá filmando o plenário... então eu nunca assisto... mas de vez em quando eu assisto porque interessa... então eu acho que tem que tá lá o dia todo, não dá pra dizer “ah é chata vamo tirar do ar então vamo deixar o que no ar? Vamos deixar só os programas.

Socorro Palitó - [((riu)) A Globo, E Record...

Cesar Bolaño - ((riu)) Não.,ou o pior ainda que a gente tem aí. Então, não tem que ter porque isso aí é obrigação do estado de mostrar os debates e de mostrar o que tá acontecendo. O povo tem o direito de ir lá.. O absurdo é você não ter isso por lei obrigatoriamente em aberto pra todo mundo, quer dizer. hoje já tem aberto aí né... mas a única lei que garante isso é a lei da TV a cabo. Então eu acho essa é uma distorção, que é entender. É preciso entender a comunicação não simplesmente como negócio, é preciso entender a comunicação como serviço public, né e esse como direito da cidadania.

Socorro Palitó - Cesar dentro dessa questão.. uma questão que também se questiona muito com relação a televisão pública e há também algumas acusações de que o conselho é elitist, por exemplo, no conselho oitenta por cento é nomeado pelo president, que tem aí pessoa digamos... Delfim Netto, Boni e tal.

Cesar Bolaño - [Delfim Netto saiu né...

Socorro Palitó - saiu...

Cesar Bolaño – É mas então no lugar do Delfim Netto, na vaga do Delfim Netto entrou o Murilo Ramos que é um grande intellectual, estudioso da academia, um homem progressista... quer dizer eu acho que é eu não sei. Há uma discussão aí se essa representação no conselho deve ser por categoria ou se deve ser da maneira como é e depois criar mecanismos de eleição que vão melhorando isso ao longo do tempo e garantindo a independência,eu não sei... eu não tenho uma posição muito formada a respeito... mas se você for pensar como se definir uma proporcionalidade na conferência de comunicação, que vai acontecer então prefiro esse modelo que está aí, porque quando vai se pensar em proporcionalidade no caso da radiodifusão brasileira vai se dar sempre uma proporcionalidade excessiva ao empresariado de mídia, então eu prefiro que sejam personalidade, né. Gente que tem um compromisso public, não precisa ser necessariamente gente do meio televisivo, você me entende. Então eu acho que essa talvez é a solução, que foi encontrada ela é criticável também, mas é a solução brasileira o que mostra que a gente precisaria estudar melhor as formas mais democráticas de televisão pública que existe no mundo. A inglesa, né. e tentar aperfeiçoar esse mecanismo dessa a a partir dessa experiência.

Socorro Palitó – Cesar, e esta questão pública e estatal essa questão... essa definição exata que não se tem.

Cesar Bolaño - Não... pública e estatal... pública e estatal... porque não existe pública que não seja estatal.

Socorro Palitó - Porque a Constituição diz a complementaridade entre os três sistemas, pública, estatal e privada.

Cesar Bolaño - É mas então tem que definir isso. Eu acho que quando se definiram esses três conceitos na Constituição, o que se pensava era que o público talvez fosse o terceiro setor, organizações não-governamentais, mas na verdade não é público é privado, né. Um sindicato é uma coisa privada, uma ONG é uma coisa privada, né... quer dizer., o público é de fato aquilo que o poder publico que deve ser controlado pelo estado, né... então eu acho que tem que ter abertura pra todo. O problema é abertura pra todas as vozes, que toda a população brasileira tenha a capacidade de acceso o estado tem a obrigação de dispor esses meios de ceder esses meios à população organizada. Então eu acho que essa é nesse jogo que

é preciso colocar a questão, não numa oposição entre o público e o estatal porque é uma coisa um pouco complicada inclusive de um ponto de vista teórico é muito difícil.

Socorro Palitó - O que é que você diz mais? Com relação ao financiamento, a questão dessa independência, como blindar essa televisão?

Cesar Bolaño – É eu acho que tem que ter um financiamento. Uma forma boa seria a taxação da publicidade, eu tenho defendido isso taxar a publicidade pra financiar que o sistema comercial deu uma pequena contribuição pra financiar o sistema público seria... é uma coisa assim... parece tão óbvia, né eu acho óbvio, eu acho óbvio se você precisa ter um sistema público se você considera como você tem que ter saúde pública... como você tem que ter educação pública... você tem que ter também comunicação pública. Então se a comunicação privada é toda financiada pela publicidade, então não é uma pequena taxa que não vai deixar ninguém mais pobre... seja dirigida à TV pública.

Socorro Palitó - Me diz, tu imagina alguma forma de blindar essa televisão com relação ao governo que esteja... digamos... de plantão no momento?

Cesar Bolaño – Não. tem que ter autonomia tem que ter um conselho com autonomia e tem que procurar, eu acho que a forma da televisão é... da BBC é a... que a gente vê que é um exemplo muito importante... talvez a gente não chegue nisso no Brasil de imediato... mas eu acho que a gente tem que pensar nisso... em formas que tornem a televisão pública o mais independentemente do governo de plantão... lógico...

Socorro Palitó - Eu sei que tu sabe que a televisão passou também umas... ()

Cesar Bolaño - Mas essa independência ela depende também basicamente de financiamento né... porque se você tiver financiamento garantido... mecanismo automático... isso aí garante de fato uma parcela fundamental da economia...

Socorro Palitó - É... tu sabe que algumas pessoas saíram desse projeto da televisão... por exemplo Luiz Lobo sai e acusa...

Cesar Bolaño - Sei... é que eu não acompanhei esse processo...

Socorro Palitó - Não acompanhou né... ele acusou a... que por estar ligada a secretária de comunicação ao Franklin Martins... que havia uma interferência no telejornalismo... na linha editorial... favorável aí ao governo... depois saiu o outro...

Cesar Bolaño – É... eu acredito até que existe... eu acredito até que exista esse tipo de interferência e isso tem que ser trabalhado... ser denunciado... agora eu não acredito que essa interferência seja maior do que a interferência que existe na mídia privada... porque eu assisto televisão... eu sou um indivíduo e relativamente informado... e eu assisto televisão... e acontecem coisas e eu não sei o que é que tá acontecendo... eu não consigo entender... se você não procurar outros mecanismos... eu sempre dou... eu tenho vários exemplos pra dar sobre esse assunto... entendeu... de que as partes não são entrevistadas... existe manipulação... existe censura... não é... isso não existe na TV pública... pelo menos não existe de forma tão flagrante como existe nos principais meios de comunicação privada...

Socorro Palitó – Cesar, resumindo tua fala pra gente encerrar., e você vê a televisão Brasil como uma coisa digamos assim, boa para o Brasil, pra cidadania? você apoia?

Cesar Bolaño - Eu acho uma coisa boa. Totalmente defensável e que a crítica que eu faço é que deveria ser ampliada. Devia ter uma participação social maior... e evidentemente um debate público maior pra discutir mecanismos de controle social, de financiamento, independência, então eu acho que é por aí... agora como propósito eu acho que foi um primeiro passo importante que deve ser aperfeiçoado.

Entrevista com o professor Dr. Antonio Rubim Canelas

Rubim - Primeiro eu tava falando que eu acho que é importantíssimo que se... é... se instale no Brasil uma TV pública diferente da TV estatal e de uma TV de caráter mais mercantil... mais privado... porque não só inclusive porque a Constituição já prevê isso... como também porque esse sistema complementar... ele na verdade cria a possibilidade de mais fontes informativas... uma pluralidade de opiniões... que é muito importante para a democracia... de outro lado cria a possibilidade também que se promova a diversidade cultural... que também é muito importante pra democracia... pra vida e pra cultura brasileira... então primeiro... de cara... dizer que sou super a favor dessa ideia de três sistemas convivendo e... de preferência... em pé de igualdade entre eles... não com essa disparidade que tem hoje no Brasil... então veja... a opção brasileira prum sistema privado... ela é muito complicada... né... com um sistema privado tão predominante como tem no Brasil... porque você não tem realmente uma TV estatal bem feita... organizada... você não tem isso... e não tinha nada próximo de um sistema público efetivamente... porque as televisões que existiam... que às vezes muitas pessoas chamavam como uma coisa pública... na verdade eram tevês estatais... totalmente submetidas a lógica dos governos de plantão... então é muito alvissareiro que você tenha a possibilidade de uma TV pública... desde que ela seja efetivamente pública... então essa é a primeira parte... a outra parte que eu tava dizendo (que ia misturar um pouco a resposta) e falar um pouco da coisa da... do processo do governo Lula... eu acho que num primeiro momento... o governo Lula ele conciliou demais... ele achou que poderia neutralizar o peso da mídia... da mídia que é conservadora no Brasil... politicamente conservadora... por uma... uma relação de cordialidade com essa mídia... de não afrontar os interesses dela e achava que com isso podia se ter uma relação democrática... no sentido de você não afronta e eles pelo menos cobre de forma satisfatória... não tô dizendo que eles... nem que o governo esperava que eles cobrissem a favor do governo... mas que não fossem contra o governo... pelo menos isso... que tivessem uma posição mais... como deveria ser a imprensa... a mídia em geral... em qualquer país democrático e civilizado do mundo... então em determinado momento... acho que a mídia... não toda ela... mas uma parte dela fez esse papel... não toda ela porque revistas como a Veja... né... que foi um panfleto contra o governo desde o início... né... um panfleto... uma vergonha inclusive pra história da Veja que era uma boa revista... hoje em dia não vale nada... né... (era melhor ter acabado logo que pelo menos não jogava uma nódoa na história anterior que era uma bela história de jornalismo... né...) algumas mídias já foram contra o governo desde o início... outras foram paulatinamente se tornando cada vez mais contra o governo... na minha visão... sem nenhuma razão... porque o governo foi um governo extremamente moderado... ainda que tenha feito coisas que eu acho positivas... mas foi um governo sempre moderado... nunca um governo que saiu agredindo... atacando a mídia... nem interesse do empresariado... nem das classes dominantes... é... e a mídia... apesar disso... e apesar dessa ()... (vou dizer o seguinte)... essa política de conciliação de Lula... no primeiro momento... moderada... fez com que ele não tomasse nenhuma posição... nenhuma atitude mais forte em relação à comunicação... o que é muito

problemático... que não fez avançar portanto a questão da democracia no campo específico da comunicação... ele fez avançar a democracia em outros campos onde eu não tenho nenhuma dúvida... se fez um conjunto imenso de conferências nacionais... de debates... seminários públicos... ouviu a população em muitas áreas... tomou medidas de acordo com a população em muitas áreas... mas na comunicação não teve nada disso... na comunicação ele fingiu que esqueceu pra exatamente manter essa política de conciliação... de moderação... o que acontece é que a mídia eu acho que não se comportou da maneira que ele esperava... não tô dizendo que ele esperava que fosse a favor dele... mas a mídia na eleição de dois mil e seis foi totalmente contrário... de forma assim... escandalosamente contrária... eu posso dizer isso porque eu fui apresentar... por exemplo... em dois mil e seis me convidaram em Portugal pra fazer uma apresentação sobre as eleições e mídia... mostrei algumas coisas que estavam acontecendo no Brasil... por exemplo... eu mostrei as capas da Veja... aí um jornalista português que era um comentarista da minha apresentação disse “isso aqui seria inconcebível em Portugal... isso é de um desrespeito...” quando ele viu aquela capa que tinha uma marca de um pontapé na bunda do presidente... ele disse que isso seria inconcebível... que isso em qualquer país democrático do mundo seria inaceitável porque é uma agressão... a mídia não pode... ela pode ter uma posição... mas ela não pode ter posição nesse patamar... um desrespeito... e porque é aquele presidente... porque se fosse o presidente da classe dominante não faria isso... é uma questão de preconceito de classe mesmo... ()... fora das expectativas do governo que fosse uma (compostura) mais neutra... ou que fosse contra... mas que não fosse com tal (virulência)... então acho que isso levou a Lula a começar a pensar mais na comunicação ()... sensibilizou ele um pouco... mas até muito pouco do que eu imaginava... imaginava até que fosse mais... porque veja... o que acontece... a partir daí você tem toda aquela questão da TV pública... a questão da discussão da comunicação de (alguma maneira)... tá saindo ainda que tardiamente a questão da conferência de comunicação...

Socorro Palitó - [em dezembro...]

Rubim - em dezembro... mas muito tardiamente... mas tá saindo... porque eu acho que no primeiro mandato não sairia... porque se mantivesse o esquema do primeiro mandato e a mídia tivesse mais ou menos ()... não seria nada disso... e olhe que foi muita conciliação... o modelo de televisão digital foi o modelo de televisão que as emissoras queriam... (quer dizer)... você teve toda... quando a gente fez o conjunto grande de conferências nacionais... de debates na área de comunicação... o governo patrocinou nada... os ministros escolhidos eram todos eles ligados aos esquemas de... né... o Miro era o menos ligado... mas foi paulatinamente caminhando pra ministro mais ligado... ele (gosta)... é uma vergonha... é uma vergonha total porque ele é totalmente ligado aos esquemas dos radiodifusores... então veja... num segundo momento acontece... eu acho que... o governo se moveu muito por conta do que aconteceu... do que ele não esperava... ()... mas mesmo a movimentação do governo foi também muito moderada... e também se deveu muito à iniciativa... aí a gente tem que reconhecer... ao Ministério da Cultura que não sendo o ministério das comunicações... mas sendo o ministério que se preocupa com a questão da cultura midiática... porque faz parte da cultura brasileira... a cultura midiática tem um peso enorme... o ministério começou a se mover e eu acho que teve um papel importante na discussão primeiro da Ancinav... que morreu no primeiro governo... que o governo não quis comprar briga naquele momento... que a Ancinav representava de alguma maneira uma briga... eu não acho que uma briga radical... mas era uma briga...

Socorro Palitó - [um avanço, não é?]

Rubim - É. essa primeira tentativa do Ministério da Cultura foi colocada no limbo... né... e mais a segunda tentativa que foi a TV pública ela já veio dentro de um outro contexto... um

contexto mais favorável porque o governo já estava meio... (digamos assim)... acuado e percebeu que ele não pode confiar na mídia de maneira nenhuma... porque a relação da mídia com a classe dominante mesmo e não tem... mesmo que o governo seja moderado como o governo Lula... eu acho que não tá (terminando) os interesses da classe dominante... mas mesmo nesse caso a opção é de classe... é uma questão que... os empresários brasileiros talvez não tenham ganhado tanto quanto ganharam no governo Lula... porque certamente comparado a Fernando Henrique eles ganharam muito mais... mas no entanto porque Lula é... aí a coisa de classe entra... é um operário... é o preconceito mesmo... é aquela classe dominante... aquela classe dominante de São Paulo e de Rio... muito (esforçadamente)... que não aceita... quer dizer... aquela classe dominante em geral do Brasil que não aceita um operário no poder... que não aceita... e o nível de preconceito é (visto ali)... qual é o político que não erra? não fala errado? não diz besteira? todos fazem isso... todos... sem exceção... mas no entanto você pode fazer uma coleção disso pra Lula... né... pra os outros você não faz... os outros dizem uma coisa ridícula... você nunca bota... você não fica repetindo... Lula você repete... né... então é um descabimento no sentido de que hoje o Brasil tem uma... é... você vê... episódios mínimos... episódio daquele negócio da crise quando Lula diz assim “a crise foi causada pelos loiros de olhos azuis”... a mídia internacional achou esplendoroso ele ter dito aquilo e ele ter dito aquilo junto... com o primeiro ministro inglês do lado... falando do lado... a repercussão da mídia internacional foi absolutamente positiva... na mídia brasileira “ah isso é racismo do presidente Lula”... idiotice total... né... a mídia... é... cê vê agora essa coisa da intervenção em Honduras... ah... porra... eles esquecem... a mídia esquece que aquilo ali foi um golpe militar e que nós devemos ter... antes de tudo... posição de princípio contra qualquer golpe... não... mas aí “o governo Lula cometeu a besteira... deixou o presidente entrar na embaixada... não sei o quê... não sei o quê”... quer dizer... porra... criticar o golpe não teve força nenhuma... mas pra isso teve força... quer dizer... eu só vou me deliciar se esse negócio der resultado e se sair alguma negociação e resolver esse caso... eu quero ver é o que eles vão dizer... aí eles esquecem e fingem que não disseram nenhuma besteira... então veja... a TV... voltando ao caso da TV... então eu acho que a TV teve esse papel... é claro que ela não podia ser criada apenas pelo Ministério da Cultura... seria muito escandaloso isso... o governo talvez não assumisse isso... então teve que colocar o ministério das comunicações... que atrapalhou e atrapalha mais do que qualquer coisa... é... a secretaria de comunicação... e a secretaria entrando nisso nós tivemos uma proposta extremamente moderada... trazendo aquelas pessoas da Globo... particularmente Tereza Cruvinel pra dirigir a televisão... pra novamente não parecer que o governo está sendo radical... novamente conciliando... novamente botando uma pessoa que eu acho que não tinha nada a ver com o projeto da TV pública... e deu... e tá dando no que tá dando... quer dizer... eu acho que o projeto é importante... é importante ter a cena... que esteja sendo implantado... agora... todo o pessoal do ministério da cultura que tava envolvido... que era vamos dizer assim a alma do projeto... quer dizer... da onde o projeto poderia ser mais criativo... da onde você tinha uma visão de comunicação e cultura mais ampla... né... que não era só jornalismo... porque Tereza Cruvinel só pensa em jornalismo... ela tem uma visão muito limitada... quer dizer... você terminou caminhando prum projeto de TV pública que é muito limitado... muito limitado pela conciliação... muito limitado pelas concepções que estão prevalecendo... né... e pena que uma pessoa admirável como o Orlando Senna... que é um cara extremamente criativo... em termos de cinema... de comunicação... de audiovisual... aquele que podia ser realmente um cara pra fazer uma televisão inovadora... né... com belas ideias que ele sempre tem... que tenha sido ele e todos os outros... né... que todos do Ministério da Cultura tenham saído e tenha ficado o pessoal da comunicação... né... que é um pessoal antes de tudo jornalista apenas... nada contra jornalista... nada contra o bom jornalismo... mas eu acho que estreita muito o projeto... o projeto fica muito limitado... muito aquém do que podia ficar... eu acho que a minha visão é mais ou menos sobre isso... é mais ou menos sobre essa... eu acho que Renata pode dar muito mais subsídio porque ela tá estudando isso mais a fundo... ela tá

acompanhando todos os seminários e tudo... eu sei assim... porque eu converso com ela... porque é um tema que me interessa... porque eu converso com o Orlando Senna...

Socorro Palitó – Professor, o senhor considera que a TV Brasil é uma TV pública ou TV estatal?

Rubim - Olha... eu acho que na verdade não é uma TV estatal e não é uma TV pública... tá no meio caminho... ele tá numa ambiguidade... eu acho que ainda tá longe de chegar a ser uma TV pública... pra ser uma TV pública você precisava ter um sistema de governo da televisão mais independente... certo... você precisava ter realmente uma programação mais independente... eu acho que se tenta fazer... mas o nível organizacional ainda é muito... é... muito estatal pro meu gosto... poderia ser menos estatal... certo... eu acho que há uma tentativa... claro... o problema é que quando você compara com a TV privada no Brasil... que tá muito ruim... eu acho que nós estamos vivendo um dos piores períodos na história da mídia e da imprensa brasileira... é vergonhoso o que nós estamos vivendo... é muito ruim... é de muito má qualidade... é assim... há uma degradingolada assim... um jornal como a Folha de São Paulo que já foi um grande jornal... é uma vergonha hoje...

Socorro Palitó - Que no seu editorial no dia trinta e um de julho pede o fechamento da TV Brasil.

Rubim - É um negócio assim... porque não pede o fechamento de uma porção de merda de televisão que tem aí... que fazem programas que são vergonhosos... e ninguém fala nada disso...

Socorro Palitó - no dia trinta e um pediu que feche... porque não tem audiência... porque tá gastando muito dinheiro...

Rubim - É ridículo... inclusive se você pensar a TV pública em outros países... se tem audiência tão grande... quer dizer... isso... se o papel da TV pública é sair correndo atrás de audiência... quer dizer... tem uma série de questões que estão na discussão aí... mas quer dizer... por que que a Folha de São Paulo não pede fechamento da excrescência toda que existe na televisão brasileira? por que que ela esquece isso? por que que ela vem como esse moralismo babaca? com esse moralismo de classe média... de merda... desse pessoal da São Paulo... desses paulistas... em cima disso... acho que não tem nenhuma razão... não tem nenhuma lógica isso... a Folha de São Paulo virou um jornal que é uma vergonha... eu tinha assinatura da Folha... era um grande jornal... se tinha uma cobertura internacional interessante... tinha uma cobertura da cultura interessante... uma cobertura política boa... mais ou menos com uma certa pluralidade... sempre teve a posição deles... sempre teve... isso é verdade... mas era mais aberta... mais plural... hoje é um... () é uma coisa que tá... eu acho que a imprensa brasileira hoje é uma dificuldade você ter alguma coisa pra ler... não é por acaso que os leitores estão sumindo... tão diminuindo... que a tiragem tá acabando... porque não serve pra nada na verdade... não serve pra você se informar bem... porque todos tem posição... tem partido... você já sabe o que vai ser... o tempo todo vai ser contra o governo... o tempo todo vai ser a favor dos tucanos... do PSDB... que é uma outra vergonha... então... não serve pra nada... eu acho que a melhor coisa que a população brasileira faz hoje é não ler jornal... não assistir televisão... ((riu)) a melhor coisa que faz é isso... porque ao menos não se aliena... porque aquela ideia de que você lendo mais... vendo mais... você fica mais bem informado... eu acho que é o contrário hoje em dia que tá acontecendo no Brasil... quanto mais alienado... mais televisão se tá vendo... e depois uma televisão que hoje em dia... basicamente a imprensa hoje em dia... o que que é a imprensa brasileira hoje? é crime... violência o tempo todo... e corrupção... escândalo o tempo todo... só que um escândalo hoje se esquece... amanhã tem outro escândalo... amanhã tem outro escândalo... ninguém depois

cobra escândalo nenhum... a moda dos escândalos... um denunciismo que termina não dando em nada... cê entende... então... corrupção e crime... corrupção e crime... é o que você tem... você não consegue ver o Brasil... você não consegue ter uma discussão séria... mesmo crítica... não tô dizendo que é a favor... uma discussão crítica do que acontece no Brasil... das políticas que estão acontecendo no Brasil... é uma crítica... uma política tal... você não tem nem isso... porque tá tão superficial... cê entende?

Socorro Palitó - espetáculo da violência pra vender...

Rubim - É... não sei nem se é o espetáculo da violência... é uma repetição... acho que enche o saco de todo mundo... acho que ninguém mais guenta aquele negócio... é violência o tempo todo... é escândalo o tempo todo... cê entende... e uma coisa inclusive complicada... né... porque eu tenho um amigo meu que é embaixador do Brasil no Canadá... no Canadá agora o pessoal trata ele assim e chamam ele pra tudo... que o Brasil hoje é o sétimo ou o sexto investidor no Canadá... ()... então o Brasil passa a ter uma importância externamente... quer dizer... você vê... se você ler a imprensa estrangeira... você vai pros países... vai pra fora do Brasil você vê como é que se fala do Brasil... como é que Lula é compreendido... ()... a percepção que vários países tão tendo do Brasil atualmente tá se tornando um país a ser ouvido... um país que tem um papel a ser colocado no mundo... e lá dentro é... você deprimir o Brasil... deprimir os brasileiros... é como se nós fossémos o lixo da história... cê entende... é uma coisa que tá na contramão do que acontecendo... quer dizer... não consegue nem ter a capacidade de perceber o momento histórico que nós estamos vivendo... é totalmente... eu tô dizendo isso com todas as críticas ao governo Lula... eu não sou um lulista encantado e nem apaixonado né... mas tem que reconhecer determinadas coisas e fazer as críticas... a imprensa perdeu totalmente essa capacidade... ela não tem mais capacidade de julgar nada... ela tem uma posição tão predefinida que você já sabe de antemão o que vai acontecer... não precisa ler nada... não precisa ler... ler é perder tempo... você só se enojar do que tá sendo colocado...

Socorro Palitó - então professor... eu creio que essa questão que se critica muito... o conselho que tem os membros que foram escolhidos pelo presidente... ()

Rubim - Eu acho que é um equívoco... eu acho que o conselho (deveria) ser mais representativo... ()... mecanismo de escolha que fosse mais da sociedade civil do que da escolha do governo... claro... o governo tentou escolher uma coisa ampla... fazer isso... mas eu acho que não devia ser o governo a escolher uma coisa não... eu acho que devia ser um mecanismo de escolha ampla da representação da sociedade civil... eu acho que isso mais do que tudo né... o conselho é problemático eu acho... é aquela coisa que eu tava falando... a organização fica a dever... mas não é nem pelos nomes... é pelo mecanismo de escolha... () o mecanismo que é complicado né... você tinha que ter um mecanismo mais democrático inclusive se você quer que ela tenha uma vida mais democrática... então se você coloca tudo na mão do presidente... qualquer presidente... fica complicado... a autonomia tá automaticamente colocada em cheque porque... né... você vai ter autonomia se você tiver um conselho que não tenha de... "não fui escolhido pelo presidente... quer dizer... eu tô ali porque fui escolhido pela sociedade... porque tenho independência... tenho autonomia"... cê entende...

Socorro Palitó - professor Rubim... o senhor ouviu que a TV Brasil pode correr o risco de quando... digamos... Lula saia do governo... o outro que venha... que não sabemos quem seja... pode acabar com esse projeto?

Rubim - Depende do outro... acho que depende muito... é simples... alguns setores que têm todo um apoio da mídia pra quê que querem a TV Brasil? não tem necessidade dela... não tem necessidade... e inclusive setores que não tem nenhuma tradição... informação...

genuinamente democrática... então essas pessoas estão se lixando pra democratização da cultura... da comunicação... tudo eles têm acesso... eles têm acesso a mídia... então não precisam... eles pensam em termos muito imediatos... “se eu tenho acesso a mídia porque eu quero qualquer coisa a mais?”... então todos esses setores do tucanadt eu tenho sérios medos que isso... mesmo com esse processo... com todas as limitações que eles têm... ele seja barrado...

Socorro Palitó - Seja barrado... porque o governo teria que criar mecanismos que de certa forma pudesse blindar... um orçamento que tivesse estabelecido e tal... ()

Rubim – Claro, logicamente, e o conselho tinha que mudar também pra mudar essa característica... não... é criar uma televisão que seja mais uma política de Estado (do que) uma política de governo... que ela sustente... por que que a BBC da Inglaterra sobrevive a todos os governos? a determinados inclusive conflitos com o governo? porque tem... é uma política de estado... quer dizer... tá ali assentada... cê tá entendendo... então uma TV pública tem que ser assim... não pode ser ligado com essa... com esse nível de ligação com o estado... não pode esse nível fluido de ligação via presidente... não pode... é um erro isso...

Socorro Palitó - E como ela está agora o senhor vê que teria... ()

Rubim – Não, ela tem um ritmo muito grande... se você não tiver uma lógica de política de estado... cê tem um risco de retrocesso imenso.

Entrevista com Rafel Casé, Gerente do Núcleo de Programas Jornalísticos da TV Brasil

Socorro Palitó-Como você avalia o jornalismo da TV Brasil?

Casé-O jornalismo da TV Brasil ainda está se desenvolvendo, por uma série de questões institucionais, encontra-se em evolução. Quando falamos de jornalismo da emissora não devemos nos ater, apenas aos telejornais. Há uma série de conteúdos na grade de programação que se destacam quando o tema é jornalismo, como o Caminhos da Reportagem e o Observatório da Imprensa por exemplo. Mas, com certeza, ainda há espaço para uma participação ainda maior.

Socorro Palitó- Qual a diferença do jornalismo da TV Brasil para o que assistimo nas emissoras privadas. A pauta é diferente?

Casé -O grande diferencial do jornalismo de uma TV pública para uma TV privada, avcredito, é a independência. Não há uma pressão de anunciantes e nem uma cobrança por altos índices de audiência, o que abre espaço para temas mais amplos e reportagens mais aprofundadas. Há uma preocupação maior, também, em mostrar mais o país, abordando

pautas de estados que dificilmente têm espaço nos grandes telejornais privados nacionais. Um jornalismo mais nacional, no estrito sentido da palavra.

Socorro Palitó- Existe pluralidade de opinião no jornalismo da TV Brasil?

Casé - Acredito que dentro da TV aberta, a TV Brasil talvez seja o maior espaço para a pluralidade de opinião. Se você analisar a grade de programação da emissora poderá comprovar isso. Há programas alternativos que abrem espaço para o debate, para a troca de ideias, além de produtos voltados a públicos bem específicos, como o Programa Especial (que aborda questões relacionadas às pessoas com algum tipo de deficiência) ou o Jornal Visual (voltado para deficientes visuais).

Entrevista com o professor Dr. Valério Brittos

Socorro Palitó - Professor Valério Brittos... eu queria lhe perguntar como o senhor avalia esses dois anos da TV Brasil...

Valério Brittos – bom, eu considero primeiro... eu acho que é importante dizer, que a... a TV pública ela não começa com a TV Brasil... né? (isso eu acho... eu acho que é importante dizer isso) a TV Pública mesmo no seu modelo estatal ela existe desde o final dos anos sessenta... né? quando a TV Cultura de São Paulo deixa de pertencer aos diários e emissoras associados e passa a pertencer ao governo do estado portanto esse modelo () depois dos anos setenta nas TV Esc que proliferaram em oitenta ao longo do país... então isso já era e já é ainda e permanecendo a TV pública... né? então... agora qualé a importância que eu acho que pode se imaginar com a criação da TV Brasil... EU acho muito importante... né? isso eu não tô tirando o mérito... muito pelo contrário... eu acho que é muito importante... e a grande importância é... eu acho que é pelo projeto... né? onde se já tinha um projeto de televisão... onde... pelo menos num plano ideal... no seu anúncio e algumas mentidas... pelo menos... de que fosse um pouco mais pública com um espírito público com um espírito um pouco mais social de ter algum tipo de controle público social maior através do seu do seu conselho... né... e mesmo além de tudo com mais ansiedade dos atos dos executivos que essas outras tevês são muito contaminadas por isso... além de tudo com um orçamento bem maior... né... e com um projeto de televisão generalista... acho que isso é o grande mérito... agora... eu vou entrar bem na tua questão... eu acho que o grande problema da televisão pública... eu acho que ela é pouco... ou da TV Brasil... né... pra ser especificamente... ela é pouco TV pública... ou melhor... ela também tem esse problema que ela... TV pública ela sempre é... né? essa é a visão que a gente tem porque o estado ao fornecer os serviços de televisão ele fornece o serviço público... assim como o serviço de saúde... o SUS é um serviço público... de educação... enfim... com todos os problemas que demarcam... mas não deixa de ser público... o problema que parece ser da TV Brasil maior é que ela ela repete um pouco esse modelo de de televisão diferenciada... televisão cultural... televisão... que é um

pouco a herança das TV ()... da TV educativa de levar educação, pensando um pouco na educação formal, de instruir a população... não que isso não seja bom... mas eu eu me parece que a televisão nessa nova fase da tv pública... da TV Brasil... ela deveria pensar em ingressar um pouco nesse modelo da tevê pública da tradição da TV pública europeia... que é uma TV pública generalista... o que que eu to dizendo com isso? Uma TV pública que é (evidente)... sem apelação... sem baixo nível... mas que ela busque é... ter uma programação competitiva que agrade todos os públicos... né? e com isso ela possa inclusive nesse processo elevar o nível da população... da programação em geral... eu acho que uma TV pública ela tem que ter... tem que ter programa de auditório... tem que ter novela... é evidente que noutra plano... não pra reproduzir isso... não tem porquê... mas doutra forma eu acho que tem que ter outro tipo de... a chamada ficção nacional... isso é importantíssimo... novela ... de repente seria o momento do Brasil produzir telefilme... telefilme é uma coisa que é super importante e o Brasil não tem essa tradição... né... nunca... de repente ela investir em telefilme... ela tá muito nessa coisa educativa... de programação diferenciada... do documentário... que é importante... mas eu acho que ela não poderia ficar só nisso... e no jornalismo também...

Socorro Palitó – o senhor vê que se ela tivesse uma programação generalista... como por exemplo nós temos aqui na Espanha... ela teria condições de atingir mais a população...

Valério Brittos – [mais a população...

Socorro Palitó - apenas esses produtos... seriam... digamos... deveriam ter uma qualidade diferenciada

Valério Brittos – isso mesmo... atingindo mais a população e os objetivos de uma TV pública ela também indiretamente ela provocar o próprio mercado a reagir àquilo num outro plano... né? claro... isso não é fácil... né... o mundo inteiro discute isso... né... mas... é o desafio, né

Socorro Palitó – ô professor Valério... o que o senhor credita ao fato de que essa televisão só segue o segundo mandato do governo Lula e não no primeiro?

Valério Brittos – olha... eu acho que o próprio... na área de comunicação... o no primeiro ano do mandato... o governo lula ele sempre ((tossiu)) ensaiou eu diria assim... alguns movimentos ((tossiu)) no plano da agenda social da comunicação... o conselho federal de jornalismo... uma TV digital com sistema brasileiro... uma lei do audiovisual e uma agência do audiovisual que desse conta dos grandes problemas que há que são processos públicos que são tratados de forma privada... né... um pouco (disso) eu acho que tudo isso tava passou um pouco na agenda com a ANCINE... com a ancine () proposta () a ancinav... criação do conselho federal de jornalismo e com o SBTVD... só que nada disso vingou... né... ancine... a ancinav não foi criada... o conselho federal de jornalismo foi abortado também porque houve uma reação... e o sistema brasileiro de televisão digital também não evoluiu como se pretendia inclusive no fim a própria solução foi uma solução é... dada pelos é... ao agrado dos...

Socorro Palitó – [empresários...

Valério Brittos – dos radiodifusores... dos empresários... agora houve esse movimento... agora eu acho que apesar disso tudo que apesar desse conjunto de concepções que o governo fez... ele viu que existe um problema... existe um problema de classes... existe um problema que acaba se colocando quando por mais que ele conceda ele acaba sendo visto como um

governo de esquerda e foi especialmente num ano eleitoral, primeiro de um lado denúncias enfim com mais ou menos pertinência que umas que tiveram uma cobertura midiática muito acima do que teria em outro espaço a própria ideia daquela cadeira vazia a não presença do presidente num debate eleitoral... e ele não inaugurou aquilo... o Fernando Henrique já não tinha ido no primeiro turno... o próprio Serra não vinha frequentando em São Paulo ... só pra dizer o principal partido de oposição... eu acho que ali o próprio governo lula ele foi levado a um segundo turno... ele acabou é... vendo que realmente que ele podia negociar... transigir... mas que chegava na hora ele tinha... né... ele era o movimento social que fazia alguma comunicação pseudo contra hegemônica né... os blogs... acho que a gente até tem um texto... eu e o César sobre os blogs... eu acho que eles tiveram um papel importante... claro... tudo tem que ser relativizado... mas tiveram algum tipo de impacto nisso tudo... eu acho que aí... que me parece que ele ficou convencido de que outras comunicações eram necessárias... digamos assim... e aí eu acho que realmente foi uma ideia de ter uma TV pública efetiva com uma rede... com um projeto... com um orçamento... né... e aí... claro... um conjunto de condições... o próprio... presença das pessoas certas... o () da cultura puxou um pouco essa discussão... teve fóruns da república... o Franklin Martins assumindo... né... com projetos específicos também...

Socorro Palitó – nesse... então assim... poderíamos dizer que a televisão... que a TV Brasil é uma televisão estatal?

Valério Brittos - não... eu acho...

Socorro Palitó – [pública estatal?

Valério Brittos – eu acho que sim... eu tenho certeza...

Socorro Palitó – [e não pública... sentido... digamos que de controle social?

Valério Brittos – não... eu acho que ela é estatal e pública...

Socorro Palitó - [estatal e pública...

Valério Brittos – eu acho que ela é estatal... estatal porque... porque por um momento que o estado fornece ele é sempre do estado... e pública porque também o momento que o estado fornece ela é pública... né? Eu diria que nós podemos ter um sistema público estatal e não-estatal... realmente... embora seja mais fácil identificar o estatal no público do que não-público... porque se nós aqui... fizemos um grupo aqui muito bem intencionado... digamos de produção de vídeo... julgamos até ter um compromisso público... mas o grau de aferição... (de postulidade de sepulcro) na medida que somos nós três aqui e nós não temos institucionalmente nenhum tipo de representatividade pública e mesmo a necessidade de manter esse projeto por um longo prazo... é mais fácil a aferição do público através do estado... agora é claro... né... esse público ele pode ser mais ou menos democrático... uma universidade pública pode ter eleição pra reitor direto... pode ter ()... pode ter o ministro da educação nomeando o reitor... ela vai ser mais democrática... mais... se quiser... até mais pública... mas ela não deixa de ser pública... né... nesse sistema... eu diria que pra um sistema de saúde ele hoje com os conselhos ele é público... agora ele também era antes de já ter os conselhos de saúde municipais () ele também era um sistema público...

Socorro Palitó – a propósito dos conselhos... o senhor não acredita que o governo se equivocou ao nomear para o conselho... oitenta por cento é nomeado pelo governo Lula... e que tá aí o Boni... tá aí o Delfim Netto... tá aí... outras pessoas que digamos não pertencem

aos movimentos sindicais... não tem representação digamos que... de pessoas mais da base da comunicação... o senhor acha que (ele se equivocou?)

Valério Brittos – acho que sim... acho que há uma discussão... que é quase que anterior a isso... que é que tipo de conselho... né? um conselho de notáveis? de especialistas? os notáveis barra especialistas... que não é a mesma coisa mas é um tipo de conselho... ou um conselho representativo da sociedade... né? eu diria que esse conselho é um conselho de notáveis... né? porque alguns são especialistas como o Boni... né? outros não são especialistas como o Delfim Netto... como o Cláudio Lembo...

Socorro Palitó – [o MV Bill...

Valério Brittos – quem? o MV Bill... mas ainda seria (dar exemplo)...

Socorro Palitó – [() (daquele documentário... produz documentários...)

Valério Brittos- enfim... ele fez essa opção... né? eu... acho que num conselho... na TV pública pra ter um compromisso democrático maior... deveria... de um lado ter conselhos... um grande... poderia ter... necessitaria ter um conselho mais do que de notáveis... de especialistas... onde poderia ter um conselho plural... onde um MV Bill... poderia ter um Boni... eu acho que é importante... eu acho que é importante... que é um homem que tem uma experiência enorme em televisão... agora ao lado disso... desses especialistas... especialistas... aí não entra Delfim Netto... (aí não entra ninguém desses...) né? ao lado desses especialistas... outros tantos especialistas... noutras formas de fazer comunicação... nessas... uma comunicação alternativa... né? produtores independentes... a universidade... pelo amor de Deus... os cursos de comunicação da universidade... da graduação... a pós-graduação... que produzem de conhecimento... se a gente... ()

Socorro Palitó – [do Brasil inteiro...

Valério Brittos – do Brasil inteiro... né? e ao lado desse conselho... que seria um conselho mais pluralista mas não seria tão representativo... mas que seria quase que um conselho de programação... alguma coisa assim... teríamos que ter um outro conselho... um grande conselho... é... não da execução mas do planejamento... um grande conselho de administração... que aí sim eu acho que teria ter representação social... aí seria por parte da... de algum tipo de representação da sociedade... onde as pessoas () por uma escolha direta... mas porque elas representariam um movimento social ... (ou pros) próprios empresários... enfim... o que é a diversidade do país... né? então gente do executivo... do legislativo... do judiciário... do ministério público... do movimento social ... da universidade... da ()... da CULT... da FIESP... né? só pra dar um exemplo...

Socorro Palitó – [dessa diversidade...

Valério Brittos – isso mesmo... eu acho que seria... então eu acho que no mínimo dois conselhos pra não dizer mais conselhos... eu acho que tem que ter mais... né?

Socorro palitó – é... no dia 31 de julho a folha de são paulo publica um editorial pedindo o fechamento da tv brasil... alegando que era muito caro... que não tinha audiência... que não foi bem planejada... porque não tinham chegado digamos que equipamentos e estava restrito digamos a um número de pessoas que tinham conhecimento dessa televisão... e pede o fechamento da tv brasil... como é que você classifica essa reação da mídia?

Valério Brittos – acho que isso aí... é... eles pelo menos foram honestos... né? eu acho que é isso que eles querem... né? eu acho que... nem todos fizeram editorial... mas eu imagino que até a Folha de São Paulo... o Estado de São Paulo... a Veja... pô... a Veja () até já fez matéria sobre isso... o Globo... enfim... acho que toda a grande mídia é contra isso... né? então isso aí eu acho que é esperado... né? agora é claro que... isso aí é uma reação justamente... eu diria que menos até... eu acho que tem uma reação a duas coisas... de um lado ao potencial da... menos ao que ela é... porque ela hoje representa pouco perigo... digamos assim... em termos de audiência... não só audiência... né? é outras pautas que ela pode trazer... mas ela traz algum... ela é um espaço de diversidade... pode trazer uma outra pauta... uma outra visão... é um espaço que às vezes mesmo com baixa audiência ele é... (alguns formadores) podem ver aquilo repercutir e a própria grande mídia às vezes ela é obrigada a pautar elementos os quais ela num primeiro momento ela não pautaria... ela tem que pautar... diz até um blog que aquilo cresce de uma tal maneira que eles são obrigados a pautar... isso é um problema porque no processo lá do *gatekeeper* entram outros fatores... então isso é um problema... além de tudo é dinheiro... né? porque é dinheiro que vai pra lá e eles não querem que o dinheiro vá pra isso... né? é que nem a questão do próprio investimento publicitário... né? eu acho que o Brasil também tem que pensar nisso... algum momento tem que pensar... como é que um investimento publicitário do próprio governo...

Socorro Palitó – [que vai pra iniciativa privada...

Valério Brittos – isso mesmo... por que que não vai pra TV Brasil? Pras televisões públicas? E aí pensando até realmente no público ((tossiu)) não estatal também... o movimento social... essas rádios comunitárias... pelo menos aquelas que são sérias... enfim... acho que e pro Estado... acho que realmente deveríamos repensar isso... então esse... agora é claro que não concordo com isso... né? eu acho que o fato de a TV pública ter problemas... claro que tem... mas o problema da TV pública é pouca TV pública... este é o problema dela... nós temos que ter mais tv pública... o que que eu tô dizendo? O problema da TV pública é o quê? É o baixo orçamento...

Socorro Palitó – [historicamente () vinculada aos governos de estado...

Valério Brittos – os governos estaduais...

Socorro Palitó – [politicamente e de uma forma muito descarada...

Valério Brittos – Muito muito descarada... nos governos estaduais é muito claro isso... alguns lugares mais () muito claro... então esse é o problema... agora o problema não é acabar com a TV Brasil... muito pelo contrário... é mais que isso... é fazer com que se tenha mais TV pública ()... mais orçamento... produzir uma programação mais generalista com mais formas de controle social... portanto de democratização... mas não é acabar... longe disso... né? é que nem quando se critica o SUS... né? ninguém... () pelo menos as pessoas comprometidas com isso não querem acabar com o SUS... querem mais zeros pro SUS...

Socorro Palitó – [melhoras...

Valério Brittos – melhorar a qualidade...

Socorro Palitó – [não é acabar...

Valério Brittos – não... não...

Socorro Palitó – é... professor... outra coisa também... a televisão passou também por um... é... algumas turbulências... podemos assim dizer... por exemplo Luiz Lobo que era do telegenalismo saiu acusando interferência por exemplo do Franklin Martins da secretária de comunicação no principal produto da TV Brasil que é o telejornal Brasil... saiu o Luiz Lobo...

Valério Brittos – [que era o âncora... né?

Socorro Palitó – é... depois veio o Mario Borgneth que sai acusando a Tereza Cruvinel numa entrevista à Revista Fórum... diz que a Tereza é incompetente e que perdeu muito dinheiro dos editais e tal por incompetência e logo depois é demitido... a TV Brasil disse “não... ele já estava pra sair” e tal e tal e aí sai... e tem o Orlando Senna que sai da (IBC) que foi do grupo de base (de pensar TV Brasil)...

Valério Brittos - [(ministro) da cultura...

Socorro Palitó – e comunicação... né? ministério da comunicação... é... então tem essas coisas... o senhor acha que essas pessoas que saíram e que estavam na base desse projeto de televisão pública... faz com que a televisão passe a ter OUTRA cara... um outro significado e estejam mais vinculado à Tereza... ao Franklin Martins... que de certa forma vem de Globo... de iniciativa privada... isso pode representar o que pra Televisão Brasil? Ou isso faz parte de qualquer projeto inicial na sua concepção? Essas coisas de ajuste...

Valério Brittos - de um lado esses projetos... essas disputas elas se dão em geral em quase tudo... né? quando a área é pública fica mais claro... porque envolve recurso público... e os atos devem ser publicizados... as pessoas podem usar politicamente ao contrário do que se alguém se briga com a Band... né? então esse é uma questão... outra questão... é que realmente isso aí representa algumas pessoas... representa que o plano do Ministério da Cultura... digamos projeto do Ministério da Cultura... ele já não é mais tão hegemônico quanto já foi... né? mas isso aí não necessariamente é ruim... né? acho que o Ministério da Cultura trabalha bem... mas aí dentro do Ministério da Cultura () de só lançar muito edital e de ter uma programação totalmente descentralizada ... e com um controle de programação de unidade de grade... acho que esse é um problema em muito documentário... também não é o caminho... entende? Eu acho que aquele modelo também não era um bom modelo... que era um modelo muito... pouco ideia de grade... noção geral da grade de programação... e muito documentário... bom... então... é claro que esse projeto... os projetos estão em disputa... mas eu não acho que quer dizer que um novo projeto... que aquele projeto inicial acabou e que agora é GLOBO... eu acho que tem um nível de complexidade onde várias agências ali entram em disputa... o próprio Franklin Martins não é só reprodução da Globo... ele mesmo teve disputas com a Globo... até já estava fora da Globo quando entrou... um pouco pela relação de () deles de cobertura do próprio governo Lula... né? por outro lado... não entra no varejo... né? não sei até que ponto a Tereza Cruvinel... que me parece uma pessoa interessada... assim séria... eu estive... ela esteve lá na Universidade ano passado... estive conversando com ela... e acho que ela é bem intencionada... agora por outro lado... claro... ela é uma pessoa com experiência de televisão... de audiovisual... é uma pessoa que vem do jornal... né? o que eu acho que falta de um lado essa coisa do controle público... de lado um projeto mais claro... porque isso aí né nem QUAL projeto... as coisas vem (engajadas) ()... a programação muda? Tudo bem... ela muda em qualquer lugar... as temporadas... mas ela muda com um grau... né? uma ênfase... ()

Socorro Palitó – faltou por exemplo discussão dessa televisão com a população? Ela surge como uma medida provisória... uma coisa meio às pressas... podemos assim dizer... e... sem debate... debate ta acontecendo agora... tivemos a primeira audiência... pública... né? a

primeira audiência pública e alguns debates estão acontecendo agora... esse debate deveria ter acontecido ANTES?

Valério Brittos – eu acho que sim... né? o problema...

Socorro Palitó – [para o próprio sucesso da televisão brasileira?

Valério Brittos – o problema é o seguinte... o governo... às vezes os grupos têm medo do debate porque o debate pode abortar... né? mas o debate é isso... quando a gente vai pro debate está sujeito a qualquer coisa... e eu acho que a postura do governo foi muito essa... né? de que ao provocar o debate naquele momento aquele projeto pudesse não vingar... pelo (conjunto de problemas que tinham)... mas eu acho que apesar de dizer isso... parece que realmente teria que ter tido um debate prévio... () até dentro... ANTES de tudo... dentro do próprio governo... o governo tinha que ter algum tipo de visão... o que que ele queria... () ministério da cultura... qualé o tipo de televisão que queremos? né? () seus conteúdos... e a partir daí discutir com a sociedade... eu acho que só faltou isso... talvez... um projeto... se fosse um projeto de lei que assegurasse a urgência num dado momento... ficasse um período anterior discutindo em vez de entrar imediatamente lá... é que o governo também ele se impôs uma pauta que é o seguinte... você está lembrada? Que ela começaria com a TV Brasil...

Socorro Palitó – [no mesmo dia...

Valério Brittos – isso mesmo... no mesmo dia que a TV digital... dia dois de dezembro de dois mil e sete... não é isso?

Socorro Palitó – [exatamente... as duas surgiram juntas... a TV digital... digamos assim... com todo um conhecimento e mais espaço na mídia e a televisão Brasil que ficou um pouco ofuscada... em segundo plano...

Valério Brittos – não... até porque a ideia era começar () em São Paulo com um canal digital... (aquilo era só São Paulo) () (que teve TV digital)... na verdade ela começa junto com a TV digital... mas sem ser digital... porque ela não tinha canal em São Paulo... então ela começa como uma TV analógica... né? então eu acho que essa foi um pouco a pauta que o governo se auto impôs (hoje dizendo)... também levou a um dado ()

Socorro Palitó – ô Valério... você estudou... e como diz... é uma linha que você trabalha muito... a questão da TV digital... o que representa a TV digital para a TV Brasil... ou seja... a televisão digital no Brasil e o que a TV Brasil pode a partir daí... em termos de democratização... de acesso... com essa TV digital?

Valério Brittos – eu acho que... além de tudo que representa a televisão... ter uma televisão... pública... que não seja ()... no caso... a televisão digital ela facilita... porque os chamados seis megahertz... que é o espaço de largura de banda que ela ocupava por essas emissoras... por cada canal... na verdade... ele pode ser usado pra alta definição... ele ocupa todo o espaço... os seis megahertz... ou ele pode ser dividido pela definição padrão e ter mais programações simultâneas naquele mesmo canal... e dependendo do modelo... é claro que pode ser usado isso pra se levar outras programações... levar... repartilhar... então... canal de videogame... canal em quatro programas simultâneos... então você pode abrir um canal pra sociedade... pode transmitir uma TV senado... enfim... to dando só um exemplo... então é claro que... o chamado... né?... que deve haver inclusive... isso é uma ideia que tem um operador do sistema... né? () então pode se levar mais conteúdos... né? eu acho que aí a televisão digital ela faz... ela faz um diferencial... nesse sentido a TV... a digitalização da

televisão... né? além disso tem outras questões... que também se colocam... né? a gente até vem pensando... vem trabalhando um pouco disso... que são algumas experiências que têm de interatividade... de distribuição de outros conteúdos... de participação da comunidade... em princípio a TV comercial... ela não se interessa muito por isso... ela até se interessa na ótica dela... que é... aquilo que possa ser publicidade (diretamente) ou fidelizar unicamente o consumidor... é claro que ao poder levar... ao poder trabalhar com interatividade... receber conteúdo também... é plenamente possível... né? com que se tenha esses processos numa ótica de cidadania... e aí pode se ter maravilhas... né? pode se ter coisas muito muito interessantes... inclusive distribuição de vídeos de pequenas comunidades...

Socorro Palitó - a intenção pelo menos que está no papel da televisão é de ter... digamos que uma programação regional e não ficar a rede só... a cabeça de rede produzindo tudo e mandando... mas uma digamos... ter uma participação das outras televisões... ()

Valério Brittos – mas pra isso aí não precisaria nem ter TV digital... porque com uma única programação já é isso... né? ela tem um modelo mais centralizado... né? aquela... é a *network*... digamos norte-americana... mas que não tem tanto... como no caso do... das grandes redes... o que que elas abrem... basicamente espaço de manhã cedo... ao meio-dia... e num horário ali...

Socorro Palitó – [à noite...

Valério Brittos – () (do jornal local um pedacinho pequeno)... no caso da TV Brasil a grade ela é muito mais aberta... né? também não tem nada de tão revolucionário nisso... né? as grandes redes norte-americanas abertas... a CBS... a NBC... e ABC e a própria FOX são redes () ultra comerciais... né? elas têm um espaço local muitíssimo maior...

Socorro Palitó – [mais amplo do que... ()

Valério Brittos – praticamente toda a tarde... e grande parte da manhã é local... mas o Brasil não é isso... então mesmo com uma única programação ela já permite isso... que haja muito mais... os espaços nacionais são reduzidos...

Socorro Palitó – como fazer para blindar... digamos assim... blindar essa televisão pública... é... numa possível mudança de governo e que vem aí... um governo... digamos... de direita e o que seja... e essa utilização de uma forma... como a gente vê hoje nas televisões públicas estaduais utilizadas pelos governos... como... digamos que uma verdadeira chapa branca... como fazer ()

Valério Brittos – a blindagem total não existe... né? porque a própria Europa... uma vez e outra volta a ser assunto à tona... né? orçamento... né? menos recurso... mais recurso... (extinguir) um canal... tem um... dois... três... quatro... ou cinco... ou seis... ou quantos canais estiver... tem publicidade... tem menos publicidade... mas é claro que há elementos pra haver algum nível de precaução... acho que são dois planos... né? de um lado é no plano legislativo... é lógico... né? (quando tudo)... se depender menos do voluntarismo do governo anti plantão e houver arcabouço legal... que seja quem for quem cumprir aquilo... o que que é o arcabouço legal? É uma legislação que diga qual é o percentual do orçamento que vai pra lá... como é constituído esse conselho... e aí não é um conselho como esse que tá aí... esse conselho como tá aí... pra direita... é realmente uma maravilha... porque aí ele pode pôr totalmente quem ele quiser... né? todos... (do Delfim Netto)... em todos os cargos... digamos assim... né? então essa é uma questão... e a outra questão é o seguinte... ela ser uma televisão que tenha penetração social que produza sentido à sociedade... e aí sim... aí é aquela coisa que as pessoas vão se identificar... (gostar da televisão)... vão gostar dela e vão

defendê-la... no momento... realmente... as pessoas têm pouca identidade com a televisão... eu não sei até que ponto elas se sentem comprometidas e podem até defender essa TV como sendo a TV delas... hoje em dia eu diria que as pessoas que tiverem que defender uma emissora... vão defender a Globo... “essa é a minha”... né? entre aspas... né? “essa é a minha TV... que leva a minha novela”... esse tipo de coisa...

Socorro Palitó – as pessoas que fazem oposição à TV Brasil reclamam justamente disso... dizem que ela é apenas um traço de audiência... né? e eu tava vendo uma entrevista... () não... mas pelo menos na parabólica dá um número significativo de pessoas que já têm... é... um conhecimento da TV... da TV Brasil... eu creio que é pelo próprio fato de não ter sido discutida antes que muita gente nem sequer sabe que essa televisão existe... né?

Valério Brittos – eu acho que ela não foi discutida... ela não penetra em todo o país... na verdade poucos estados ela penetra ainda... ela tem uma programação que não é competitiva... né? () e ao mesmo tempo tem uma programação competitiva que também tem que ter cuidado... porque senão não pode ser uma reprodução da televisão comercial... né? então... essa é a discussão da TV pública MESMO... né? é uma televisão com MAIS audiência em detrimento dos conteúdos... menos audiência e mais conteúdos... eu diria o seguinte... acho que é possível ter uma maior quantidade de público... né? mas assim mesmo... mesmo que haja uma quantidade de público... por menor que seja... já é uma contribuição que se vê... que é possível da TV pública... porque ela é... num país do tamanho do Brasil ela atinge um agregado de público que já é alguma coisa... né? ela leva outros elementos pra discussão social... ela dá guarita a outros grupos que não têm espaço... ela pode eventualmente...

Socorro Palitó – [ser um instrumento de democratização...

Valério Brittos – ser um instrumento de democratização... na própria expressão de produção audiovisual... como na pauta mesmo... eu vejo um potencial... eu acho que é claro que ela tem que crescer... acho que isso é um problema... mas o problema (não é) porque a TV Brasil tem pouca audiência... acabar com a TV pública... na verdade é fazer questões pra que ela alavanque a audiência... embora ao mesmo tempo é difícil de se imaginar... uma TV pública... no Brasil... com um grau de educação formal relativamente baixo... ainda de grande parte do país... uma tradição... né? de que vai fazer sessenta anos... ano que vem... a televisão comercial... né? e as grandes redes... três... quatro... cinco... seis redes são todas comerciais... e as pessoas foram educadas... as pessoas aprenderam... inclusive NÓS... () nós aprendemos a ver a televisão com a televisão privada... foi essa televisão que nos ensinou... a cada um de nós o que é ver televisão... brasileiro... né? então é claro... diante disso tudo... diante do que hoje é o mundo... né? é muito difícil se ter uma televisão... pelo menos no curto-médio prazo... uma televisão pública no país... especialmente que seja líder de audiência... então é isso que eu to dizendo... ela teria que fazer um grau de concessão que aí eu não sei se realmente valeria a pena... () mas ela pode ter mais audiência do que tem... mas não vai ser líder... né? porque ela não pode fazer um Big Brother... por exemplo... acho que ela tem que fazer show... ela tem que fazer show... mas não pode fazer um Big Brother...

Socorro Palitó – o que você diz em relação ao fato de que ela deve ter publicidade... comercial... ou não?

Valério Brittos – essa é outra questão também que se coloca lá ao lado do conselho... lá do tipo de programação... né? eu não tenho isso totalmente fechado... de um lado a publicidade... a gente sabe... que a publicidade... ela... entre aspas... contamina... porque a publicidade ela no imediato o que que ela faz? Ela leva com que os conteúdos... né? com que os conteúdos busquem um... muitas vezes um detrimento da qualidade... serem mais de mais

fácil apreensão por parte das pessoas... então tem esse problema... de outro lado... num plano indireto... ela é o sustentáculo do sistema hoje numa economia de diferenciação... então... né... essa televisão que pretende ser minimamente contra-hegemônica... ela vai tá reforçando o sistema naquilo que é o mais diferencial... por outro lado... né... uma televisão com publicidade ela tem um ingresso de recursos bastante elevado e poderia ajudar... eu digo o seguinte... entre esses dois fatores... havendo no Brasil uma tradição de não haver publicidade na TV pública... né... embora hoje já haja alguma coisa... mas a tradição não é essa... havendo essa necessidade de que pra convencer esse próprio mercado publicitário (pra) anunciar nessa TV teria que ser um conjunto de concessões ...que seriam demais... né... pros seus objetivos... e diante da necessidade que eu acho de que se taxe a publicidade comercial pra serviço da comunicação não comercial... o caminho ideal é não ter publicidade...

Socorro Palitó – no caso da TV Brasil... vai ser votado um valor que se desconta dos... digamos... da televisão privada... uma taxazinha... não aumentará o que eles vão pagar... mas vai ser retirado esse valor que sobra que vem pra televisão... e ela pode ter digamos... apoio cultural somente... publicidade não...

Valério Brittos – hoje ela não pode... apesar de muitas emissoras por aí fazerem isso...

Socorro Palitó – você sabe que aqui na Espanha... a partir do mês que vem... já não tem mais publicidade... né... então a televisão comercial aqui ela tem publicidade igual a televisão pública ela tem televisão... ela tem comercial igual a televisão... qualquer outra... generalista... normal... foi votada agora a pouco...

Valério Brittos – [reduziu já um pouco... né...

Socorro Palitó – já foi votado agora... ela não vai ter mais...

Valério Brittos – [ah... não vai ter nada?

Socorro Palitó não... os operadores... as outras emissoras vão pagar um valor X pra que ela não possa mais veicular publicidade... porque eles também reclamavam que a TV pública tirava... aquela coisa... o anunciante... então...

Valério Brittos – os operadores privados reclamam isso na Europa inteira... que eles têm um duplo financiamento... né... um financiamento do estado e da publicidade... então seria uma concorrência... a questão não é nem política... é claro que é política... mas vai no plano econômico... né... que a concorrência ela deixa (como se existisse concorrência perfeita... né)... ela deixa... ela passa a ser uma concorrência desleal... né... porque eu tenho possibilidades de investir nas ações... porque tem a publicidade... tem alguma coisa...

Socorro Palitó – aí o governo votou agora... ela não vai mais na publicidade... mas em compensação essas emissoras privadas vão ter que pagar um valor X... que o governo determinou... que vai financiar a televisão pública...

Valério Brittos - () a comunicação comercial financiar a comunicação não comercial... seja essa previsão... mas eu acho que também alternativas da sociedade... () pode lançar muito edital... pode ser uma coisa muito interessante... além da grande TV Brasil... a gente não pode chamar de Rede Brasil... né... tu que tá trabalhando com isso talvez tu não saiba porque tu tá morando aqui há anos... ou talvez saiba... enfim... existe no Brasil... de repente vale até um rodapé ()... existe a Rede Brasil... que é uma coisa bem... já ouviu falar?

Socorro Palitó – a rede que inclusive é o canal internacional do governo... é isso?

Valério Brittos – não não não... isso que eu to dizendo... tem lá em Porto Alegre num canal... aberto... tem a Rede Brasil... é um canal comercial... onde... tem tipo muito lixo... né... o que que é lixo? Celso Russomanno... lembra do Celso Russomanno? Celso Russomanno... () reprise do *Jeannie é um gênio*... sabe essas coisas?

Socorro Palitó – foram todos para lá...

Valério Brittos – tudo pra lá... e televentas... enfim... essas coisas... mas é... tem em Porto Alegre que não é Rio e São Paulo... ela tem canal aberto... e ela tem o logo de TV Rede Brasil... () pelo menos um rodapé...

Socorro Palitó – um rodapé explicando... pra não confundir...

Valério Brittos – é... é porque é interessante... porque a TV Brasil... ela... a TV Brasil e Rede Brasil... ela deveria... a TV Brasil... as várias TVs Brasil deveriam formar a Rede Brasil...

Socorro Palitó – que a intenção do governo é essa...

Valério Brittos – () pego cinco TVs Record e vira Rede Record... por exemplo... nesse caso como é que é? Faça o governo comprar esse direito... vai ter que negociar... sentar e comprar...

Socorro Palitó – () a TV Brasil que ela quer formar a rede é justamente que as televisões educativas possam... é... se incorporar à TV Brasil e aí formar o que eles chamam de a Rede de televisão pública... essa rede só será formada a partir de... digamos... já tem várias dessas emissoras que já... digamos assim... se incorporaram a esse projeto... eu tenho lá a relação disso...

Valério Brittos – e o interessante é que pra se incorporar tem que ter uns procedimentos... (criação de um conselho)...

Socorro Palitó [filosofia... conselho... essa coisa toda...

Valério Brittos – eu acho bom... tu tem que...

Socorro Palitó – esse conselho... isso aí eu já tenho tudo lá guardadinho...

Valério Brittos – eu acho bom isso... né... aí a filiação passa por...

Socorro Palitó – tem um conselho e digamos assim... de compartilhar... de certa forma... digamos... com a ideologia... podemos assim dizer... da TV Brasil...

Valério Brittos – tu que tem esse levantamento... não sei se tu já tens...

Socorro Palitó – [eu já tenho uma relação... uma relação das emissoras...

Valério Brittos – eu imagino... to te falando agora... é hipótese... eu não tenho pesquisa sobre isso... eu nunca pesquisei... mas eu imagino... que o que mais tenha são governos do PT...

Socorro Palitó – ah... interessante essa perspectiva... () olhando essa perspectiva...

Valério Brittos – (eu acho que tem que olhar...) lá no Rio Grande do Sul... né... onde o governo... enfim... tem um problema de um ()... tem problema financeiro e orçamentário... e problema político... (de corrupção... mas é como as coisas do governo são...) vários setores ((tossiu)) e a sociedade propuseram pra filiação da TV RS a TV Brasil... é claro que não entrou porque é o PSDB com o PT... e eu imagino que isso aí esteja se reproduzindo no estado...

Socorro Palitó – interessante...

Valério Brittos – agora não poderia ter... não poderia haver isso... né... eu espero que daqui a dez anos... ou vinte anos... certamente vai haver alternância no poder... né... não agora... mas enfim... em dez... vinte anos... imagino que dois... talvez três países deixem de ser esse bipartidarismo... né... e ao momento que isso acontecer pode ser que isso aí cresça de uma tal forma que não fique mais atrelado a um partido político... não sei...

Socorro Palitó – porque na verdade a TV Brasil deveria estar isenta disso... né...

Valério Brittos – claro que sim... claro que sim... por isso que eu digo... não...

Socorro Palitó – ou seja... ela tem dependência aquele que tá... digamos... ao governo de plantão... ao governo daquele momento... né...

Valério Brittos – claro que sim... eu acho que é assim que deveria ser... né... e aí... bom... ele é do PT e eu sou um estado do PT... e outro é PSDB... e o outro é do Democrático... seja lá o que for... todo mundo ali junto... né... porque não é o governo que tem... é ali... assim como... é... naquele próprio estado mudam o partido... tem uma alternância dentro do próprio estado... e aí a emissora continua igual...

Socorro Palitó – ou seja... que ela seja uma emissora do estado... né... e não do governo...

Valério Brittos – isso mesmo... agora claro... tem que ter muito mecanismo pra isso... né... e ainda não tem...

Socorro Palitó – não tem...

Valério Brittos – não tem... inclusive essa habilidade dos próprios gestores... não é?

