

Políticas Públicas e radiodifusão: uma narrativa sobre a construção do setor no Brasil¹

Bárbara Ferrari Brandi²

Larissa de Moraes Cascaldi³

Resumo

O objetivo deste artigo é analisar o campo das políticas públicas na radiodifusão brasileira. O trabalho resgata historicamente a consolidação da Imprensa no país e a radiodifusão - que perpassa o regime militar e a redemocratização - a fim de identificar como esses elementos históricos e políticos influenciaram a estruturação do setor. Analisa-se também que desse processo surge um ator hegemônico, o empresariado, que junto com os políticos-empresários bloqueiam o funcionamento do ciclo de políticas públicas concomitantemente em que faz surgir outros atores políticos, como a mídia alternativa.

Palavras-chave: Bancada do Rádio. Ditadura Militar. Empresariado. Políticas Públicas. Radiodifusão.

Abstract

This paper has the objective to analyse the public policies in the Brazilian broadcasting transmission. For this purpose, the paper includes a brief history about the consolidation of the press, and the broadcasting, in the country, recovering the military dictatorship and the process of redemocratization. From that, it was possible identify the primary objective of this academic project: understand how the politics and historical elements impacts the arrangement of the sector in Brazil. Onward, it was approached that as a consequence of the process emerges a new hegemonic politic actor, the business community, that in accord with congressman and entrepreneurs obstructs the performance of the cycle of public policies. Whilst, from this process arises others politic actors as the independent media.

Keywords: Representatives of Radio. Militar Dictatorship. Business Community. Public policies. Broadcasting transmission.

¹ Trabalho apresentado para a disciplina HZ540 (Políticas Públicas) do Instituto de Filosofia e Ciências Humanas (IFCH) da Universidade Estadual de Campinas (Unicamp), sob orientação do Prof. Dr. Wagner de Melo Romão.

² Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas. Campinas, SP, Brasil. E-mail: bah.brandi@gmail.com.

³ Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas. Campinas, SP, Brasil. E-mail: larissacascaldi@gmail.com.

Introdução

A esfera das Políticas Públicas vem se constituindo como um campo cada vez mais sólido nas Ciências Sociais, sobretudo no que tange a Ciência Política. Esta tem produzido uma vasta literatura acerca dos papéis fundamentais desempenhados pelos atores, ideias e estruturas que convergem para a proposição de uma política pública. Nesse sentido, compreende-se que:

A policy-making trata fundamentalmente de atores cercados por restrições que tentam compatibilizar objetivos políticos (policy goals) com meios políticos (policy means), num processo que pode ser caracterizado como “resolução aplicada de problemas”. Identificar os problemas e aplicar (por mais imperfeitas que sejam) as soluções encontradas (dar nomes, culpar, moldar e cobrar) envolvem a articulação de objetivos políticos por meio de deliberações e discursos, além do uso de instrumentos políticos (policy tools), numa tentativa de atingir esses objetivos. (HOWLETT; HAMESH; PERL, 2013, p. 5-6).

Isto é, define-se, pois, a política pública como uma forma de enfrentamento para determinado problema coletivo. Assim, a formulação de uma política compõe um processo heurístico, sequencial e interdependente composto no plano teórico por pelo menos quatro etapas, mas que na prática se interseccionam e/ou se alternam (WILDAWASKY, 1979).

Tanto a formulação de uma agenda, quanto a definição de um problema público integram as etapas desse ciclo de formulação de uma política pública. Nesse sentido, Dermachi (2016) afirma que pensar nessas proposições é uma tarefa árdua, posto que coloca em xeque atores dominantes nas situações avaliadas como problemáticas, o que, por sua vez, pode estagnar o próprio processo. É o caso específico do objeto de estudo deste artigo, a radiodifusão brasileira, que concentra a mídia em conglomerados de comunicação regidos por famílias detentoras de empresas comunicacionais.

Com efeito, é desse cenário pouco plural, somado com a ausência de mobilização social e política – para colocar em pauta a questão da concentração midiática e as consequências dessa para a democracia brasileira – é que surge um ator contra-hegemônico para disputar o campo da *policy-making*: a mídia alternativa. Essa é composta por uma ampla gama de veículos de comunicação regidos por agentes políticos insatisfeitos com a cobertura feita pela mídia tradicional.

Cabe salientar que se, durante o regime militar, por exemplo, a mídia alternativa se expressava pela Imprensa Nanica – clandestina e com o discurso de oposição aos militares –, entretanto, com a midiáticação do globo, o desenvolvimento das tecnologias, a ascensão das redes sociais e do jornalismo de infotimento, a mídia independente passa a ocupar também os espaços digitais. Todavia, em meio ao cenário monopolizador

dos grandes meios de comunicação, poucas são as políticas de fiscalização de veículos no país – tradicionais ou não –, o que divide a mídia alternativa em dois grupos. O primeiro possui um trabalho de maior averiguação jornalística e comprometimento com a verdade, enquanto o segundo já foi identificado como propagador das *fake news*.

Tendo isso em vista, o presente trabalho tem como objetivo central analisar o campo das políticas públicas na esfera da radiodifusão no Brasil, a partir da identificação de um problema público (a concentração midiática), dos atores políticos envolvidos (Estado, políticos, empresários, mídia alternativa e a sociedade civil) e das disputas envolvidas nesse campo. Para tanto, o trabalho apresenta um resgate histórico acerca da consolidação da Imprensa no Brasil e da Radiodifusão, principalmente após o fim da Ditadura Militar (1964-1985), com intuito de mostrar como esse processo histórico influenciou a estruturação do setor.

Posteriormente, descreve-se as etapas do ciclo de políticas públicas e como aplicar a questão da radiodifusão no modelo proposto por Secchi (2012). Por fim, foram analisados todos os atores políticos que constituem o campo de disputa das políticas públicas de radiodifusão – Estado, sociedade civil, mídia independente, conglomerados de comunicação e políticos – para indicar a relação de existência de um processo de estagnação do ciclo de políticas públicas com os atores políticos envolvidos no processo.

Breve histórico da consolidação da imprensa e da radiodifusão

Os estudos de história do Jornalismo marcam a *Acta diurni Populi romani* como o primeiro periódico de divulgação de notícias da história da humanidade. Com efeito, o Senado Romano, na época de Júlio César (em 69 a.C.), já registrava as atas dos debates *Annales maximi* e divulgava para a população local as informações. Progressivamente, a *Acta diurni* deixou de publicar notícias de cunho estritamente político e passou a incorporar pequenas notas do cotidiano de Roma (COSTELLA, 1978). Desde então, uma pequena produção noticiosa foi feita de modo artesanal; mas apenas com a criação de uma tipografia móvel, em 1497, que o meio jornalístico é revolucionado, sendo que no século XVII houve diversas tentativas de se manter notícias periódicas, a partir de jornais, oficialismos, bem como semanários.

A data de invenção dos tipos de Gutemberg chama atenção porque os primeiros jornais surgem no mesmo período da expansão marítima europeia. Esse fato é fundamental para compreendermos as particularidades da imprensa brasileira, na medida em que, enquanto o Brasil entrava em contato pela primeira vez com os portugueses, John Milton já discursava a *Aeropagítica*⁴ no parlamento inglês, tentando

⁴ A *Aeropagítica* foi o primeiro manifesto do mundo de defesa da liberdade de imprensa e de expressão.

defender a liberdade de imprensa e expressão na Inglaterra. Destaca-se que, quando a colônia portuguesa conseguiu instaurar uma estrutura suficientemente boa para gerar lucros para a metrópole, a imprensa se converteu em uma atividade proibida no país, por razões políticas e econômicas. Assim, a Imprensa só chega realmente ao Brasil em 1808, com a transferência da capital do Reino de Portugal para a cidade do Rio de Janeiro.

Isso porque não foi apenas a Família Real e a corte portuguesa que desembarcaram no Brasil, uma vez que vieram também “dois rudimentares prelos iniciais e 28 caixas de tipos”⁵ para a produção de jornais. O período joanino, portanto, instaurou um novo momento político, com a instituição de uma infraestrutura básica não existente anteriormente – como a fundação do Banco do Brasil, do Jardim Botânico do Rio de Janeiro, da Academia de Belas Artes e também da imprensa (LAGO; ROMANCINI, 2007). Desse modo, do Decreto de 13 de Maio de 1808, surgiu a Imprensa Nacional, também conhecida como Imprensa Régia, que manteve o monopólio do setor até o ano de 1821. Coube a essa imprimir documentos oficiais do governo, além da Gazeta do Rio de Janeiro (1808), o primeiro periódico oficial do país⁶.

Com a proclamação da independência, em 1822, a lei de monopólio da imprensa deixa de vigorar e instauraram-se diversos periódicos e pasquins, que tiveram grande destaque em informar a população sobre as revoltas regenciais e também as liberais de São Paulo e Minas Gerais (LAGO; ROMANCINI, 2007). Contudo, foi apenas com o golpe de 1889, que marca o início da República, que a Imprensa sofreu mudanças que apontaram os caminhos para a consolidação da atividade jornalística no país.

No plano internacional, a massificação da imprensa mostrou-se forte nos Estados Unidos e na Europa do século XX, em decorrência da democratização da vida política, do maior grau de instrução da população e urbanização das cidades. Como consequência, o jornal se converteu em um “produto de consumo” (LAGO; ROMANCINI, 2007, p. 67) – já indicando os caminhos que a imprensa mundial tomaria: a conversão do jornalismo em uma atividade econômica movimentada pelas engrenagens do próprio sistema capitalista. Surgiram, pois, as primeiras agências noticiosas e também o jornalismo especializado.

O desenvolvimento de técnicas modernas que transformaram a imprensa no exterior também colocou fim na produção artesanal de notícias no Brasil e converteu a imprensa em uma atividade empresarial, que demandava uma estrutura interna própria, essencialmente capitalista. Nesse aspecto, o Jornal do Brasil (1891) foi pioneiro e

⁵ A citação foi retirada do sítio Imprensa Nacional, do Governo Federal e encontra-se disponível em: <http://www.impresnanacional.gov.br/a-imprensa-nacional>. Acesso em: 12 jun. 2017.

⁶ Embora a *Gazeta do Rio de Janeiro* tenha sido o primeiro periódico de circulação oficial do país, vale lembrar que Hipólito da Costa já editava o *Correio Braziliense* e o fazia circular de forma clandestina na colônia portuguesa.

também um dos grandes periódicos de circulação da Primeira República. Concomitantemente, outras mudanças ocorreram no período: o gênero informativo passou a ganhar força, com João do Rio e Euclides da Cunha; houve a inclusão de anúncios e imagens nos jornais, a compra de notícias de agências internacionais; além da instituição de decretos que regulamentavam de alguma forma a atividade.

O século XX traz mais modernizações nos meios de comunicação. Embora existam divergências a respeito da primeira transmissão de rádio feita no Brasil, muitos autores consideram a inauguração da Rádio Sociedade Brasileira do Rio de Janeiro como o marco da instalação definitiva da radiodifusão no país, de modo que as primeiras transmissões regulares começaram em 1º de Maio de 1923. Faria *et al.* afirmam que:

Na década de 1930 consolida-se a fase de estruturação das rádios, bem como da regulamentação da publicidade radiofônica. Concomitantemente a isso, na esfera política, inicia-se o período estado-novista, que promoveu melhorias na qualidade de vida da classe trabalhadora brasileira. Como consequência, o rádio se torna um meio de comunicação extremamente popular, transformando-se de instrumento de elite para meio de massa (FARIA *et al.*, 2015, p. 11).

Não obstante, o período de 1930 a 1950 é denominado de “era de ouro do rádio”, posto que este se converteu no maior veículo de comunicação do país. A inauguração da *Rádio Nacional do Rio de Janeiro*, em 1936, é vista também por Ortriwano (2002-2003) como um marco na história da radiodifusão. Isso porque essa foi a primeira rádio organizada por uma empresa durante o governo Vargas, sendo pioneira em programas de sucesso como “Repórter Esso” e “Hora do Brasil”.

Os anos 1950 trouxeram o advento da televisão, a partir da primeira transmissão em São Paulo pela TV Tupi-Difusora, do grupo Diários Associados⁷, ao passo que, no ano seguinte, Chateaubriand já lançava a TV Tupi, no Rio de Janeiro. Assim, Mattos pontua: “os primeiros anos da televisão, tanto da Tupi de São Paulo como da do Rio, foram marcados pela falta de recursos e de pessoal e pelas improvisações. Em fins de 1951, já existiam mais de sete mil televisores entre Rio e São Paulo” (MATTOS, 2002, p. 81).

Não demorou, portanto, para que a televisão ocupasse o espaço do rádio e se transformasse no mais novo meio de comunicação de massa do país. Com efeito, é durante a ditadura que o veículo foi utilizado como propagador da ideologia militar, não sendo coincidência, portanto, que as grandes redes de televisão comesçassem a surgir nesse período, a saber: Rede Globo (1965); TV Bandeirantes (1967); TV Cultura (1969) e o SBT (1981). Cabe ressaltar, entretanto, que a Rede Record já existia desde 1951.

⁷ O *Diários Associados* foi o primeiro monopólio de comunicação do país, reunindo dezenas de revistas, rádios, jornais impressos e a fundar a primeira emissora de televisão: a extinta TV Tupi.

Políticas Públicas e comunicação: o debate sobre liberdade de expressão e democracia

O debate acerca de políticas públicas e comunicação ainda é pouco empregado não só no campo da administração, como afirma Pieranti (2008), mas também na esfera das Ciências Sociais e Ciências Sociais Aplicadas. Com efeito, o primeiro referencial teórico que aborda concomitantemente essas questões encontra-se na Comissão Internacional para o Estudo dos Problemas da Comunicação da Unesco, que se reuniu em 1977 para debater os formatos ideias para mídia, além de levantar os problemas da liberdade de expressão e comunicação em um contexto em que a maioria dos países da América Latina estavam em ditadura militares. O jurista Sean MacBride, principal figura no debate sobre comunicação na comissão de 77, defendia a forte participação do Estado. Segundo ele:

Ao vincular as políticas públicas para comunicações aos planos de desenvolvimento e aos objetivos nacionais, o relatório sugere a importância do Estado como peça-chave nesse processo. A construção da infraestrutura, voltada principalmente para a radiodifusão, para a telefonia e para sistemas outros de transmissão de dados, demanda investimentos, em parte estatais, bem como o reconhecimento por parte do Estado de as comunicações são fundamentais para a estratégia de desenvolvimento a ser adotada (PIERANTI; MARTINS, 2008, p. 308).

Ainda segundo a comissão, existiam dois planos maiores que deveriam guiar as políticas públicas para os meios de comunicação: os investimentos no setor; e um contexto jurídico que garantisse a liberdade de expressão e imprensa. O primeiro aspecto trata de políticas públicas e investimentos estatais que ampliem a infraestrutura necessária para a difusão de informações, sendo que as aplicações deveriam ocorrer em todo território nacional, com o objetivo de facilitar o amplo acesso à informação de qualidade. Para além disso, destaca-se a importância do contexto jurídico que permita a liberdade de expressão e imprensa, uma vez que as leis e os direitos devem assegurar o pluralismo e as condições para que a sociedade tenha acesso às informações e ideias diversas. Esse movimento é fundamental, posto que somente a partir desse que a sociedade poderá escolher livremente entre cada uma das ideias.

Se McLuhan (1964) já afirmava no século XX que os meios de comunicação eram extensões do homem, Pieranti e Martins (2008) expandem essa concepção ao afirmarem que a imprensa e o direito à informação são extensões da liberdade de expressão. Por conseguinte, essa liberdade se reflete diretamente no grau de liberdade presente naquele país e naquele momento. Nesse sentido, as leis sobre a imprensa podem ser mediadoras da liberdade de expressão em determinada nação, uma vez que são reflexo do ambiente democrático. Em decorrência disso, a prática jornalística e a existência da Imprensa são essenciais para o ambiente democrático, pois somente a

partir da difusão plural de ideias é que se mantêm a opinião pública crítica e bem informada. Não obstante, o jornalismo é também um monitor do poder estatal, se constituindo um “cão de guarda público” – e dos assuntos públicos em geral.

Analisar o jornalismo dissociando a prática da superestrutura na qual ele está inserido – um modelo de negócios cuja a informação é um bem de consumo detentor de valor de uso e valor de troca⁸ - não é apenas errôneo, mas uma idealização do papel que esse tem na sociedade. De fato, Herman e Chomsky (2003) reafirmam a concepção do jornalismo como uma prática estruturada de acordo com a lógica empresarial e, necessariamente, subjugada a ela. A ideia da imprensa como um catalisador do interesse público acaba censurada pela lógica das empresas, na medida em que cada linha editorial restringe o conteúdo a ser publicado à visão da empresa jornalística.

Esse problema é ainda mais evidente em países em desenvolvimento. Para resolver o impasse entre as empresas e a imprensa, cláusulas de consciência devem entrar em vigor para garantir o interesse público e a liberdade de expressão.

A liberdade de imprensa pode ser resguardada, na prática, por instrumentos específicos, como a ‘cláusula de consciência’. Em países onde vigora essa proteção legal, jornalistas podem se recusar a cumprir ordens ou divulgar notícias com determinado viés, se julgarem que essas atitudes ferem sua honra ou não refletem a veracidade dos fatos. Em alguns casos, há proibição de demissão de jornalistas com base nas crenças que professam. No Brasil, não vigora nenhum desses dispositivos legais (PIERANTI; MARTINS, 2008, p. 311).

O jornalismo brasileiro também está na Empresa Global de Notícias, apresentando a lógica empresarial como o principal problema envolvendo a questão da liberdade de expressão e, por consequência, no próprio entrave das políticas públicas no setor. Não obstante, Pieranti e Martins (2008) apresentam a história da imprensa brasileira como uma oscilação entre o autoritarismo e o não-estabelecimento de regras e fiscalização.

Conforme será apresentado no tópico seguinte, o regime militar aprovou uma série de decretos-leis que ajudaram a cristalizar a estrutura da imprensa sob grandes conglomerados de comunicação que não se dissolveram com a distensão do regime. Seguindo exemplos ao redor do mundo, a imprensa brasileira também havia se consolidado na lógica empresarial, mas com a especificidade de não possuir qualquer tipo de regulação. Destarte, a mistura entre a Liberdade de Imprensa com a Liberdade de Empresa condena o setor de políticas públicas de comunicação, na medida em que o principal ator político da *policy-making* estagna qualquer discussão acerca da democratização das mídias – tudo isso em nome da manutenção dos monopólios que garantem lucros astronômicos para as empresas de comunicação.

⁸ Ver Marcondes Filho (1989).

Formação da radiodifusão: entre a ditadura e a redemocratização

O processo de criação de uma política pública passa, necessariamente, pela formulação de um problema público, isto é, da discrepância entre a realidade e uma situação ideal. Secchi (2012) explica que problemas públicos têm as mais variadas origens: podem ser súbitos, quando advindos de uma catástrofe natural; podem ganhar destaque gradativamente, à medida que o problema se intensifica, como o trânsito; ou ainda podem ser um problema presente, mas que não recebe atenção coletiva, simplesmente porque a sociedade aprendeu a conviver com ele. Seja qual for a origem do problema, o fato é que, no momento em que um ator demonstra interesse em resolvê-lo, se dá o primeiro passo para a constituição de uma agenda política que, por sua vez, levará à tomada de decisão e à instituição de determinada política.

Conforme apresentado anteriormente, o processo histórico que resultou na instituição da Imprensa no Brasil é bastante conturbado e determinado por diversos marcos regulatórios, sobretudo durante o período militar. Com efeito, o ano de 1962 é fundamental para a regulação da radiodifusão brasileira, muito embora o Golpe de 1964 tenha provocado profundas modificações no seu formato e na infraestrutura existente. Conforme explicam Pieranti e Martins (2008), até 1964 existia uma média de dois telefones para cada 100 habitantes no Brasil, a radiodifusão era local ou regional e não havia registro de todas as emissoras de rádio e televisão no país.

O Regime Militar traz um novo momento político e também outros objetivos para a imprensa, que naquele momento era utilizada de modo a garantir a segurança nacional, propaganda do desenvolvimento, difusão da informação, educação e cultura. Desde 1920, os militares optaram pelo preparo de oficiais especialistas na área de telecomunicações, principalmente na área de telefonia. A formação técnica dos militares, no entanto, não era nada se não houvesse a infraestrutura para a divulgação e implicação em nível nacional dessas informações.

Desde 1967, o Ministério das Comunicações teve seu posto mais alto controlado por um militar – salvo o caso do governo Costa e Silva. As décadas de 1960 e 1970 foram marcadas pela melhoria e ampliação do setor, aumentando o aparato técnico para transmissão de dados e a criação de empresas estatais para capitanear os investimentos. Com a criação da Embratel em 1965, a Telebrás em 1972 e a Radiobrás em 1975, foi possível integrar os pontos mais remotos do país, criando a tão desejada difusão de imagem do Estado militarizado.

Assim, o Estado se alia às empresas privadas e aos novos expoentes do empresariado para investir na radiodifusão, propiciando uma expansão profunda nas emissoras de rádio e de televisão. Salienta-se ainda que é nesse período que surge um

dos atores mais importantes no cenário de formulação de políticas públicas no Brasil: o empresariado associado ao Estado. Não obstante, as mudanças na estrutura de comunicação ocorreram significativamente no Brasil. Segundo pesquisas do IBGE, em 1978 eram 910 emissoras de rádio em ondas médias, enquanto em 1961 o número era de 637, ou seja, um crescimento de 42,9%, e 115 geradoras de TV ezm 1978 enquanto eram apenas 23 em 1961 (crescimento de 500%). Segundo Pieranti e Martins (2008) o Estado não estava sozinho neste crescimento, posto que os empresários e aliados políticos criaram as bases de uma mídia eminentemente privada.

Em 1967, foi feito também o primeiro decreto com relação às comunicações no país. O Decreto-Lei n. 236/1967 definiu limites à posse de emissoras de radiodifusão. Nesse momento, passou a ser possível a punição por incitar a desobediência, colaborar com a prática da rebeldia, ferir a honra nacional, propaganda de guerra e insultar os poderes da República na rádio e televisão do país. O principal problema é que esses conceitos eram muito amplos e passíveis de diversas interpretações.

Nesse mesmo ano foi aprovada a Lei n. 5.250/1967, conhecida como a Lei da Imprensa, que criou um ambiente mais hostil para os jornalistas. Se, no Art. 1º, estava estabelecida a liberdade de pensamento e difusão de ideia, no *caput* seguinte foram proibidos os processos de subversão da ordem e a propaganda de guerra. Na Lei da Imprensa, foram estabelecidos os parâmetros para a punição dos responsáveis por matérias jornalísticas que insultavam ou ameaçavam a ordem, além do direito de resposta e da obrigatoriedade de registro para publicações.

Cabia também à imprensa a divulgação das notas feitas pelos órgãos de repressão, entre essas notas estavam os falsos tiroteios e supostas tentativas de fuga que resultaram na morte dos opositores ao regime (KUSHNIR, 2004). Nesse momento, também apareceu no país a categoria de publicações clandestinas e determinou-se que só brasileiros natos poderiam dispor os rumos ideológicos dos jornais e empresas jornalísticas. No Decreto-Lei n. 972/1969, estabeleceram-se as características da prática do jornalismo no país e decretaram o prazo para registro de profissionais da área.

Mesmo as leis criadas não diretamente para a imprensa, mas para a sociedade civil no geral, acabaram minando a liberdade de imprensa e manifestação de ideias. O apogeu foi a noite de treze de dezembro de 1968, em que foi publicado o Ato Institucional nº 5 (AI-5). Nesse momento, ficou suspenso o *habeas corpus* para qualquer crime contra a Segurança Nacional. Já para imprensa, isso significava que os jornalistas enquadrados nessas descrições podiam ser privados dos seus direitos, cassados e presos sem a possibilidade do *habeas corpus*. Conhecido como o “golpe dentro do golpe”, o AI-5 marca

um novo período de perseguições, rígido controle aos meios de comunicação, torturas, exílio forçado e prisões por todo o país (RIDENTI, 2000).

Um dos maiores problemas era a falta da definição do que feria a Segurança Nacional, de modo que tudo era passível de interpretação, criando um espaço indeterminado de ação dos jornalistas e abrindo a margem para as prisões no país. O Art. 9º do AI-5 ainda abria a possibilidade do decreto da censura, dando ao Poder Executivo a possibilidade de baixar atos complementares que tivessem o objetivo de manter o *status quo*. Dez meses depois, os crimes contra a Segurança Nacional foram estabelecidos. O Decreto-Lei n. 898/1969, conhecido como Lei de Segurança Nacional, traz em seu Art. 1º que todas as pessoas eram responsáveis pela Segurança Nacional, assim, todos estão submetidos aos ditames do documento.

Os crimes e punições estão descritos nos artigos seguintes. Entre eles, propaganda subversiva, notícia falsa com o intuito de criar conflitos na sociedade civil, roubo de banco, destruição de símbolos nacionais, incitação de greve, sabotagem de instalações e muito mais. No Art. 54, ficou determinado que propaganda subversiva por qualquer canal de comunicação resultaria na sua suspensão por 30 dias. Ainda sobre a imprensa, o Art. 55 determina que, quando constatado, qualquer crime à segurança nacional – detalhados nos outros artigos – resultaria na suspensão, apreensão e, no caso da radiodifusão, a cassação da concessão ou permissão. Todos os civis suspeitos de subversão ou quaisquer crimes descritos na lei eram julgados no foro militar e as penas variavam de oito meses de prisão à morte.

O principal protesto dos críticos da lei de Segurança Nacional dizia respeito às palavras empregadas. “Submissão”, “segurança nacional” e outros termos eram passíveis de diversas interpretações, as quais ficavam a gosto das autoridades constituídas no momento:

A rápida análise das quatro leis mencionadas demonstra a diversidade de formas disponíveis para a punição a jornalistas críticos ao regime. A tarefa mais difícil não seria constatar uma irregularidade - seria, dado o amplo leque legal existente, não enquadrar os opositores em nenhum crime. O olhar vigilante sobre a “subversão” e suas diferentes formas de manifestação estabelecia, na prática, que todos eram virtualmente culpados até prova em contrário (PIERANTI; MARTINS, 2008, p. 317).

Se, até 1970, existiu uma falta de regulamentação para prevenir os supostos delitos e o respaldo legal para a censura, com o Decreto-Lei n. 1.077/1970 isso acabou. Esse autorizou a censura em todo o país e seria a principal arma do regime contra a difusão de informações. O Estado dispunha de diversas técnicas para exercer a censura, a mais comum foi a transmissão via recados anônimos ou telefonemas. Sempre contendo a pressão “por ordem superior” ou “está proibido”, sem que os jornalistas ou responsáveis ficassem, de fato, sabendo quem fez a censura. Na prática, com a falta de

um agente específico, ficava impossível recorrer a alguém. Era impossível também alegar o não recebimento dos bilhetes da censura, já que todos tinham que assinar um registro quando recebido.

Não era somente a censura que dificultava a ampliação da informação e da radiodifusão no país. O corte de publicidade que vinha das empresas estatais sufocou diversas empresas jornalísticas, assim como os prejuízos causados pelas reedições proeminentes da censura. Quando o Estado apreendia as edições dos jornais, era uma dupla perda: o capital usado para fazer as novas edições nos moldes do regime; e a perda do prestígio diante da população. Entre a metade dos anos 1970 e o início dos anos 1980, foram atingidas pelo menos 31 empresas jornalísticas das mais variadas, por serem consideradas subversivas.

O lançamento dos satélites BrasilSalt-I e BrasilSalt-II, em 1986, encerrou as políticas brasileiras voltadas para a modernização da mídia no governo militar, levando a uma drástica queda no capital investido. O encerramento do período de distensão lenta e gradual retira a censura nos meios de comunicações, instaurando um novo período para a democracia e a radiodifusão.

Redemocratização: consolidação das bases de radiodifusão

O processo de redemocratização acarreta para a radiodifusão uma mudança de paradigma, uma vez que prevê alterações na forma de organizar o espectro eletromagnético brasileiro. Com efeito, a nova Constituição manteve a distribuição de concessões por parte do Executivo, muito embora estas estivessem agora condicionadas à fiscalização do Congresso Nacional. Pieranti (2008) explica que o acréscimo desse novo ator político teve efeito inverso do que era proposto: ao invés de aumentar a transparência no que se refere à distribuição de concessões, a nova medida apenas acentuou a relação entre parlamentares e meios de comunicação.

A principal consequência da adição do Congresso Nacional no cenário de disputa da radiodifusão foi a conversão das concessões do Estado em moeda de barganha política. Conforme explica Pieranti (2008), as concessões aumentaram significativamente durante o governo Sarney como forma de conquistar votos nas principais pautas do executivo na época, dentre elas: (i) o aumento do mandato presidencial de quatro para cinco anos; (ii) bem como opção pelo modelo político presidencialista. Na prática, Sarney concedeu 32% de todas as concessões feitas no Brasil até o governo Collor: um total de 1.028 de 3.330. Em três anos 191 concessões foram feitas a empresas de deputados federais, sendo que 82 deles votaram na primeira pauta e 84 na segunda.

O ano de 1988 consolida os principais atores políticos envolvidos na cena da radiodifusão brasileira – o empresariado, a sociedade civil, o Estado e os deputados federais – que se organizam a partir de *policy communities*. A literatura de Políticas Públicas as define como:

comunidades [que] contam com número limitado de participantes, aglutinados em torno de interesses econômicos e profissionais; há uma interação constante desses participantes, em função do setor pelo qual se interessam; os membros, valores e resultados da comunidade são duradouros; os participantes comungam de valores comuns e aceitam os resultados como legítimos; os participantes dispõem de recursos estratégicos e a relação deles é de troca, com ganhos múltiplos, para todos (PIERANTI, 2008, p. 415).

Além disso, isto escancara a principal problemática do setor: a concentração midiática. Pouco menos de dez anos depois, a era FHC instaura um novo período de concessões em massa, dessa vez utilizando-as como moeda de troca para a aprovação da PEC n. 4/1997, que propunha a possibilidade de reeleição do chefe do Poder Executivo. Por sua vez, o Decreto n. 1.720/1995 estabeleceu novos limites às outorgas de concessão, tornando obrigatório que os candidatos atendessem pré-requisitos determinados para a conquista de uma.

A principal problemática do decreto estava no fato de que uma de suas brechas ainda permitia a barganha política. Isso porque, como as estações retransmissoras de televisão (RTVs) não possuíam concessões para funcionar (Decreto 81.600/1978), multiplicou-se o número de RTVs, popularmente conhecidas como afiliadas. Nesse sentido, das 1.848 RTVs distribuídas, 527 foram concedidas a empresas de comunicação, enquanto 268 foram dadas a empresas controladas por 87 políticos (COSTA; BRENER, 1997). Além disso:

desses, 19 deputados e 6 senadores votaram favoravelmente à reeleição. Os outros beneficiários foram dois governadores, onze deputados estaduais, sete prefeitos, oito ex-deputados federais, três ex-governadores, oito ex-prefeitos e outros 23 políticos, não se podendo desprezar a influência deles sobre parlamentares do Congresso Nacional. Quase 400 dessas RTVs, principalmente as destinadas a deputados, senadores e prefeitos, receberam autorização para funcionar em dezembro de 1996, apenas um mês antes da votação em primeiro turno da emenda da reeleição na Câmara dos Deputados (PIERANTI, 2008, p. 419).

Forma-se, pois, a Bancada do rádio, cujos empresários também estavam associados aos donos de televisão. Tendo isso em vista, foram criados dois aspectos estruturais dominantes na radiodifusão do país. O primeiro é a formação de oligopólios, que deveria ser repellido com o Art. 220 no texto constitucional. Segundo o Instituto de Estudos e Pesquisas em Comunicação (EPCOM), em 2002, as seis principais empresas de televisão privada eram 140 grupos afiliados e detentoras de 667 meios de comunicação. Nessa concentração dos meios no cenário nacional, principalmente por parte da mídia televisiva, se reduz muito a possibilidade de uma produção independente

e regionalizada, prevista no Art. 220. Já que há o alto custo para criação de programas próprios e infraestrutura, além de nenhuma garantia de sucesso, as emissoras apenas reproduzem os programas criados nos grandes centros.

O segundo aspecto estruturante no cenário da radiodifusão é o fenômeno do coronelismo eletrônico. Embora a Constituição Federal e o Código Brasileiro de Telecomunicações (Lei 4.117/1962) proibam o exercício de funções de direção de empresas de radiodifusão por parlamentares e vete qualquer tipo de relação formal com elas, é extremamente comum a posse de emissoras por parentes ou amigos próximos aos parlamentares. A falta de fiscalização rigorosa abre margem para esse tipo de exercício no Brasil.

Sobre as políticas públicas para a mídia no Brasil os autores ainda complementam:

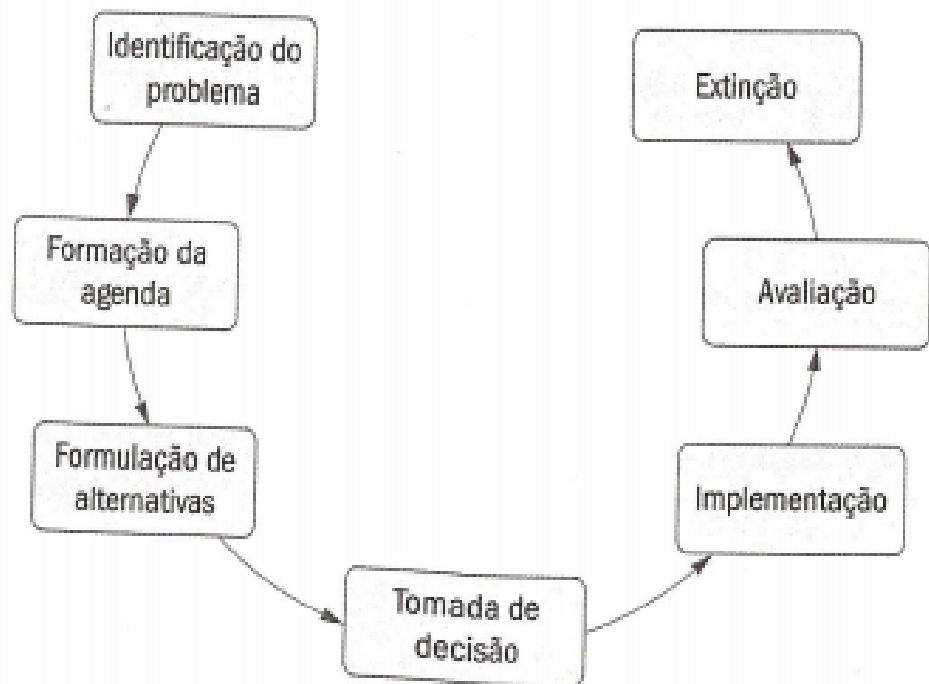
É possível perceber, pelo menos, duas diretrizes das políticas públicas para mídia, no Brasil, durante o período de tempo compreendido neste artigo: o estímulo à expansão da radiodifusão privada vinculada a critérios políticos e a confusão proposital entre liberdade de imprensa e de empresa. O primeiro compreende a avidez do poder público, por vezes legislando e agindo em causa própria, em dividir o espectro de radiofrequências entre oligarquias regionais. Por um lado, permitiu-se, assim, o desenvolvimento e a expansão do rádio e da televisão nacionais; por outro, utilizou-se um bem público (o espectro de frequências) para o atendimento de interesses privados e a troca de favores políticos (PIERANTI; MARTINS, 2008, p. 322).

A solução para esses problemas implica, necessariamente, na criação de uma legislação rígida para a ação do poder concedente, relacionando-o com os princípios da democratização das comunicações. Evitar a vinculação da mídia eletrônica a interesses privados e a ampliação do investimento estatal em uma rede de emissoras pública e educativa, como forma de oposição e alternativa a radiodifusão comercial e privada.

O ciclo de políticas públicas na radiodifusão

Secchi (2012) retoma Wildawasky (1979) ao propor a elaboração do ciclo de políticas públicas em sete etapas, na tentativa de esquematizar todas as fases que envolvem o processo de formulação de uma determinada política. Os momentos do ciclo podem ser divididos em: identificação do problema, formulação da agenda, formulação de alternativas, tomada de decisão, implementação, avaliação e extinção. A Figura 1 ilustra o ciclo.

Figura 1 - Ciclo de políticas públicas



Fonte: Secchi (2012).

Embora diversos autores concordem que o ciclo de políticas públicas dificilmente reflete em cem por cento a realidade, tendo em vista que muitas vezes as etapas não ocorrem de forma sequencial e processual como propõe a teoria, essa ferramenta é importante, porque auxilia na organização das ideias e das etapas da formulação de diversas políticas (SECCHI, 2012). Para efeito do objeto de pesquisa do presente artigo, serão destacadas apenas quatro fases.

O *policy making process* é iniciado com a identificação de um problema, que na prática significa a diferença entre a realidade e um ideal que se deseja alcançar. É apenas a partir do momento em que o problema afeta a percepção de atores políticos relevantes – e estes se propõem a resolvê-los – que ele passa a existir de fato e pode ser incluído na agenda. Acerca da agenda, é possível diferenciar três tipos (SECCHI, 2012): a governamental, marcada pelos problemas de responsabilidade do governo; a política, composta apenas por problemas públicos que merecem intervenção política; e, ainda, a midiática, composta pelas pautas de grande destaque na mídia. Como a *policy-making* está relacionada essencialmente com a agenda política, é necessário que os grupos de interesse mantenham pressão política suficiente para que a pauta não saia da agenda geral.

A terceira etapa do ciclo é caracterizada pela formulação de alternativas para o problema. Para isso, é necessário que sejam formulados metas e objetivos – embora nem sempre politicamente isso seja interessante – para que se elaborem programas, métodos e ações que visam resolver determinado problema público. A quarta fase do ciclo de políticas públicas é a mais complexa, pois a tomada de decisão “(...) representa o momento em que os interesses dos atores são equacionados e as intenções (objetivos e métodos) de enfrentamento de um problema público são explicitadas” (SECCHI, 2012, p. 40). Ainda segundo o autor, existem três formas distintas de se cumprir a fase da tomada de decisão: (i) os tomadores de decisão vão ajustando os problemas e as soluções num processo contínuo e mútuo; (ii) os atores detêm um problema e procuram soluções para resolvê-los; ou (iii) os atores possuem a solução e passam a buscar formas de inflar a existência do problema na opinião pública.

O entrave do ciclo de políticas públicas: a mídia independente, as fake news e a legitimação da mídia oligopolista

Conforme já explicitado, a questão das políticas públicas na radiodifusão brasileira é marcada pelo problema da concentração midiática e da estruturação dos meios de comunicação em grandes oligopólios controlados por um grupo pequeno de pessoas. Com efeito, o Media Ownership Monitor⁹ (MOM) - Brasil¹⁰, em parceria com os coletivos de mídia independente Intervezes e Repórter Sem Fronteiras, mapeou em 2017 os veículos brasileiros de comunicação. Constatou-se que 15 famílias detêm o controle de todos os meios de comunicação do país, sendo que cinco delas são donas de 50% de toda a mídia brasileira. São elas: Família Marinho (Grupo Globo), Família Macedo (Grupo Record), Família Saad (Grupo Bandeirantes), Família Sirotsky (Grupo RBS) e Família Frias (Grupo Folha). Cada uma é detentora de um grupo de comunicação diferente que se expressa nos mais variados suportes: rádio, televisão, revistas, jornais, internet e sites de notícias.

A 11^a pesquisa¹¹ do grupo MOM ainda avaliou indicadores específicos como a concentração da audiência, concentração horizontal de propriedade, concentração de propriedade cruzada, concentração de transparência e controle político sobre agências de notícias, financiamento de mídia, veículos e redes de distribuição. Todos os resultados indicam um alto nível de risco para a liberdade de imprensa e pluralidade de informações

⁹ O *Media Ownership Monitor* (MOM) é um projeto global criado pelo Repórter Sem Fronteiras da Alemanha para mapear e criar uma base de dados acessível acerca de proprietários dos meios de comunicação relevantes de um país.

¹⁰ A pesquisa do Brasil foi feita em 2017 e está disponível em: <http://brazil.mom-rsf.org/br/>. Acesso em: 20 fev. 2018.

¹¹ As pesquisas anteriores não foram realizadas no Brasil.

no país, o que coloca o Brasil em último lugar no ranking que engloba Camboja, Colômbia, Filipinas, Mongólia, Gana, Peru, Sérvia, Tunísia, Turquia e Ucrânia.

É a partir deste cenário de concentração dos meios de comunicação, originário de um longo processo histórico, que o campo da *policy-making* começa a se organizar em torno de diversos atores. O primeiro deles é o Estado, detentor do monopólio do espectro eletromagnético e que desde o período da redemocratização tem utilizado as concessões públicas como moeda de barganha política para aprovação de pautas no congresso. Como consequência, essa distribuição cria outro ator: os políticos-empresários.

Embora a detenção de meios de comunicação por políticos seja ilegal, o levantamento realizado também pela 11ª MOM indicou que 40 parlamentares eram proprietários diretos de meios de comunicação no país, como os senadores Aécio Neves (PSDB-MG), Edison Lobão (PMDB-MA) e Fernando Collor de Melo (PTB-AL). A nível municipal, destaca-se o empresário e atual prefeito de Betim (MG), Vittorio Mediolli (PHS - MG), que é dono do grupo Sada, e já foi deputado federal pelo PSDB de Minas Gerais. O cenário se agrava ainda mais quando são analisadas as relações indiretas entre políticos e donos de grupos de comunicação. As afiliadas, mídias locais vinculadas a grandes veículos, se tornaram formas de se atribuir os grupos regionais locais a famílias com tradição política ou a políticos – fenômeno denominado coronelismo eletrônico.

É o exemplo da Rede Bahia (que possui TV Bahia, afiliada da Rede Globo, e o jornal Correio da Bahia), controlada pela família Magalhães (integrada pelo atual prefeito de Salvador, Antônio Carlos Magalhães Neto, e que teve como principal figura o ex-senador Antônio Carlos Magalhães); das Organizações Arnon de Mello (que possuem a TV Gazeta Alagoas, afiliada da Rede Globo, o jornal Gazeta de Alagoas e a rádio Gazeta 94 FM), chefiadas pelo ex-presidente e senador Fernando Collor de Mello; da Rede Massa (afiliada do SBT no Paraná), do apresentador Carlos Massa cujo filho, Ratinho Filho, foi deputado estadual e federal (MOM, 2017).

O terceiro ator que surge para disputar este campo das políticas públicas são as mídias alternativas. Mesmo que periódicos contra-hegemônicos não sejam produtos jornalísticos novos, eles ganharam um maior destaque na sociedade civil a partir do advento da Internet e das redes sociais. As manifestações de Junho de 2013 também marcam a história das mídias alternativas, seja pelo surgimento e popularização da Mídia Ninja, seja pela revolta que se instaurou contra os grandes veículos de comunicação. A partir daí, para além de coletivos já consolidados no país, surgem outras plataformas de mídias independentes como, por exemplo, o Jornalivre, periódico de notícias do Movimento Brasil Livre (MBL).

Sabendo que as organizações não governamentais (ONGs), os coletivos e os movimentos sociais também são atores políticos envolvidos na ação, observa-se pouca mobilização sobre a democratização dos meios de comunicação. Mesmo partidos com

discursos mais progressistas durante as eleições não cumprem as demandas sobre a mídia durante o mandato, como foi caso da plataforma política de Lula. A partir da consolidação dos atores políticos envolvidos no problema público dos meios de comunicação, é possível observar quatro consequências que levam à conclusão de que o ciclo de políticas públicas se encontra completamente estagnado na terceira etapa proposta por Secchi (2012) – formulação de alternativas. A primeira delas diz respeito à dependência entre o problema público e a agenda política.

Conforme explicita o autor, ao contrário da agenda governamental, a agenda política pauta os problemas que merecem intervenção pública, portanto, do próprio Congresso Nacional. Entretanto, o período de redemocratização é marcado pela utilização do poder de concessão do Estado sobre o espectro eletromagnético como moeda de barganha política para a aprovação de pautas que eram relevantes no período, como o aumento do mandato presidencial para cinco anos (Governo Sarney) e a reeleição presidencial (governo FHC). Com a concentração dos meios de comunicação de forma ilegal nas mãos dos políticos¹², dificilmente a pauta da democratização das mídias adentra a agenda política, uma vez que não há interesse em abrir mão do poder que já se detém.

A segunda consequência é bem parecida com a anterior, porém diz respeito à dependência do problema público disputado com a agenda midiática. Ora, se essa é constituída pelas pautas determinadas pela mídia (SECCHI, 2012) e não há interesse por parte dos grupos de comunicação em abrir mão do poder e lucro que detém, a pauta da democratização das mídias também não é posta para a opinião pública e, portanto, não existem grupos de pressão da sociedade civil para manter a pauta na agenda política. A terceira consequência tem a ver com a incapacidade de mobilização e penetração no campo da *policy making*, porque de fato competir com conglomerados que representam 50% de toda a mídia do país é praticamente impossível de ocorrer. Esse fato é agravado ainda pelos dois anteriores: a dependência do problema com as agendas políticas e midiáticas. Ainda que em um contexto hipotético um ou outro não ocorresse, o ciclo de políticas públicas se estagnaria mesmo assim, pois dois atores políticos fundamentais não possuem interesse em resolver o problema público.

Por fim, a última consequência relaciona-se com o ator contra-hegemônico: a mídia independente. Da necessidade de se contrapor aos grandes conglomerados surge a mídia alternativa, porém são observados dois grupos de mídias: um com maior compromisso com a verdade e rigor com a informação e outro com menos rigor. Essa

¹² Segundo a pesquisa da MOM, 40 parlamentares em 2017 eram proprietários diretos de meios de comunicação da radiodifusão.

cisão se faz necessária, pois, ao mesmo tempo em que existem mídias alternativas consolidadas como Agência Lupa, Intervezes, Brasil de Fato, Mídia ninja e Justificando, outras ainda carecem de estruturação e técnicas de apuração de notícia. Por conseguinte, observou-se nos últimos tempos o envolvimento de mídias como Brasil 247 e Jornalivre em disseminação de *fake news*.

Embora o fenômeno das *fake news* não seja novo, mas potencializados pelas redes sociais, é interessante notar que o campo das políticas públicas pode se beneficiar da discussão para debater a questão da radiodifusão no Brasil. O presente trabalho não conseguiu aprofundar a questão, mas é notável que a disseminação das *fake news* relaciona-se com a ausência de regulamentação dos meios de comunicação e estabelecimento de marcos e leis que garantam a qualidade mínima das mídias, ao mesmo tempo que a retórica das notícias falsas é utilizada pelos meios tradicionais de comunicação como forma de autolegitimação da mídia hegemônica. Se desacreditam os meios de comunicação alternativos e reforça-se a ideia de que a mídia deve se manter concentrada para garantir que as “informações verdadeiras” venham a público.

Considerações finais

O presente artigo teve como objetivo analisar o setor de radiodifusão no Brasil, a partir do resgate histórico da consolidação da imprensa e da radiodifusão no país. Observou-se que a história da Imprensa brasileira se inicia muito tardiamente, se comparada à Inglaterra e aos Estados Unidos, o que por sua vez faz com que a discussão acerca da regulamentação dos meios de comunicação ainda não tenha se efetivado no país. Enquanto no período do regime militar foram criados diversos órgãos para conectar o Brasil, como a Embratel (1965), a Telebrás (1972) e Radiobrás (1975), a redemocratização cria um novo paradigma na história da radiodifusão, ao conceder ao Estado o poder de concessão e fiscalização dos meios de comunicação. A utilização de concessões como moeda de barganha política auxiliou no agravamento do cenário de mídia no Brasil, permitindo que um número restrito de famílias e grupos de comunicação concentrasse os meios no país.

É nesse cenário de concentração midiática que a disputa pelas políticas públicas do setor começa a ser travada por diferentes atores políticos, que enxergam no processo de monopolização um entrave à liberdade de opinião e de democracia. No entanto, foi observado que são os próprios atores políticos que impedem o estabelecimento de mudanças que visam alterar as estruturas da mídia, tornando-as mais plurais e com menos concentração empresarial.

Ao adotarmos o mesmo modelo do ciclo de políticas públicas proposto por Secchi (2012), observou-se que os partidos políticos, agentes políticos e organizações não governamentais são os principais atores políticos e interessados nas mudanças sociais e na identificação dos problemas, mas estão inibidos por diversas circunstâncias. Dentre elas, está a ausência de regulamentação do setor, o que ainda permite o funcionamento do coronelismo eletrônico para manter governantes no controle direto ou indireto dos meios de comunicação. Controle que interessa diretamente a partidos e políticos para a difusão de suas ideias e programas, além de empresários.

Se a mídia é o principal difusor e propagador de ideias em todo território nacional, a ausência de veiculação da pauta pode interferir em toda ação de mobilização. A mídia pode ser um importante veículo de pressão social, muitas vezes alterando a agenda política; no entanto, ao ser calada pela participação empresarial, essa deixa de pautar o tema, fazendo com que a sociedade perca um dos melhores veículos de mobilização e agitação sobre o assunto.

O artigo permitiu ainda compreender a existência de uma imobilidade quase que generalizada em todos os setores da sociedade quanto às pautas de democratização dos meios de comunicação e políticas públicas propositivas que possam acabar com a mídia oligopolista. A saída que muitos movimentos sociais e agentes interessados em uma divulgação independente da notícia são as mídias alternativas: uma forma de escape da lógica empresarial, a qual o jornalismo adotou em todos os cantos do globo.

Cabe destacar que no Brasil, pós Junho de 2013, as mídias independentes passaram a ter uma grande importância no cenário nacional. Insatisfeitos com a cobertura dos eventos feitas pela mídia hegemônica, canais como o Mídia Ninja tomaram destaque. No entanto, se, por um lado, a falta de mobilidade social sobre a democratização da mídia tenha aberto canais independentes de divulgação da informação, por outro, a falta de regulamentação desses meios pode ser prejudicial para a democracia. Esse é o caso do Brasil 247 e o Jornalivre, dois veículos independentes cujas notícias foram reprovadas na avaliação de agências de *fact checking*.

Estas por sua vez, acabam por reforçar a própria mídia oligopolista, na medida em que a falta de fiscalização e a criação e disseminação de notícias falsas salienta a importância da mídia tradicional como única detentora de material confiável. A relação entre administração pública, comunicação e *fake news* ainda carece de um estudo mais aprofundando. Todos os resultados indicam que o setor de formulação de políticas públicas na radiodifusão no Brasil está estagnado na terceira etapa do ciclo – e não consegue avançar para a fase da tomada de decisão e formulação da política em si. Enquanto o impasse ocorre no campo da disputa política, a sociedade civil colhe os frutos

ao viver em um ambiente pouco plural e com pouca liberdade de expressão, se tornando o último país no ranking da pesquisa Monitoramento da Propriedade de Mídia (MOM) sobre o Risco de Pluralidade da Mídia.

Referências bibliográficas

- CHOMSKY, N.; HERMAN, E.S. **A manipulação do público**: política e poder econômico no uso da mídia. São Paulo: Futura, 2003.
- COSTA, S.; BRENER, J. Coronelismo eletrônico: o governo Fernando Henrique e o novo capítulo de uma velha história. **Comunicação e Política**, Rio de Janeiro, v. 4, n. 2, p. 29-53, 1997.
- COSTELLA, A. **Comunicação**: do grito ao satélite (história dos meios de comunicação). São Paulo: Mantiqueira, 1978.
- DEMARCHI, C. H. Democratização da mídia, espaço público e diversidade cultural. **Revista mediação**, Belo horizonte, v. 18, n. 23, p. 13-23, 2016.
- HOWLETT, M.; RAMESH, M.; PERL, A. **Política Pública**: seus ciclos e subsistemas: uma abordagem integradora. Tradução Francisco G. Heidemann. Rio de Janeiro: Elsevier, 2013.
- KUSHNIR, B. **Cães de guarda**: jornalistas e censores, do AI-5 à Constituição de 1988. São Paulo: Boitempo Editorial, 2004.
- MATTOS, S. **História da Televisão Brasileira**: uma visão econômica, social e política. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 2002.
- MEDIA OWNERSHIP MONITOR BRASIL. **Afiliações políticas**: Relação entre políticos e mídia no Brasil. Disponível em: <https://brazil.mom-rsf.org/br/destaques/afiliacoes-politicas/> Acesso em: 20 mar. 2018.
- ORTRIWANO, G. S. Radiojornalismo no brasil: fragmentos de história. **REVISTA USP**, São Paulo, n. 56, p. 66-85, 2002-2003.
- PIERANTI, O. P.; MARTINS, P. E. M. Políticas Públicas para as comunicações no Brasil: adequação tecnológica e liberdade de expressão. Rio de Janeiro: **Revista de Administração Pública**, 2008.
- PIERANTI, O. P. A Radiodifusão e a Ação de Policy Communities: a Contenção de Reformas no Âmbito do Estado. **RAC-Eletrônica**, Curitiba, v. 2, n. 3, p. 410-425, 2008.
- RIDENTI, M. **Em busca do povo brasileiro**: artistas da revolução, do CPC à era da TV. 1 ed. Rio de Janeiro: Record, 2000.
- ROMANCINI, R.; LAGO, C. **História do jornalismo no Brasil**. Florianópolis: Insular, 2007.
- SECCHI, L. **Políticas Públicas**: Conceitos, Esquemas de Análise, Casos Práticos. São Paulo: Cengage Learning, 2010.
- WILDAVSKY, A. B. **Speaking through the power**: the art and craft of policy analysis. Boston: Little Broklyn, 1979.