

***REFLEXÕES SOBRE O MODELO DA
RADIODIFUSÃO NO BRASIL***

***SUBCOMISSÃO TEMPORÁRIA DA REGULAMENTAÇÃO DOS
MARCOS REGULATÓRIOS – SENADO FEDERAL***

***Evandro Guimarães
24/09/2007***

O RÁDIO E A TELEVISÃO ABERTA, DE RECEPÇÃO LIVRE E GRATUITA NO BRASIL

- MODELO FEDERATIVO***
- CARACTERÍSTICAS***
- IMPORTÂNCIA***

EXIBIDORAS DE TV ABERTA NO BRASIL

PROGRAMAÇÃO	TOTAL BRASIL	
	GERADORAS	RTVs Primárias
GLOBO	99	1407
SBT	48	767
BANDEIRANTES	27	491
RECORD	39	497
REDE TV!	13	220
JB	4	91
GAZETA	2	48
MTV	2	57
REDE 21	1	10
REDE MULHER	1	57
SHOPTOUR	1	16
CBI	1	72
REDE VIDA	1	430
SECULO XXI (CARISMÁTICOS)	1	15
RIT (R. R. SOARES)	2	55
CANÇÃO NOVA	2	213
REDE FAMÍLIA	2	15
GOSPEL (IGREJA RENASCER)	1	1
LBV	1	0
EDUCATIVAS	193	597
OUTRAS PROGRAMAÇÕES	17	61
TOTAL	458	5120
EDITAIS	59	
TOTAL	517	

Atualizado até 05/2007

EMISSORAS DE RÁDIO E DE TV ABERTA

TOTAL BRASIL

ESTADO	GERADORAS	RTVs Primárias	FM	OM
RS	33	390	233	184
SC	27	241	144	106
PR	47	302	187	177
SP	87	1258	441	274
MG	82	424	366	183
RJ	21	139	93	59
ES	14	39	54	24
GO	22	252	127	59
TO	5	113	39	13
DF	12	21	26	9
MS	14	136	65	51
MT	12	208	78	54
BA	16	461	138	97
SE	5	18	23	13
AL	6	31	40	18
PE	14	70	100	41
PB	9	26	64	34
RN	8	14	29	33
CE	17	285	130	94
PI	10	80	36	50
MA	13	80	52	42
PA	11	189	67	35
AM	10	169	34	24
AP	6	26	15	5
AC	6	51	21	11
RR	3	23	11	5
RO	7	74	49	22
TOTAL	517	5120	2662	1717

Atualizado até 05/2007

INVESTIMENTO PUBLICITÁRIO - TOTAL BRASIL

Período de Jan/2006 a Dez/2006

Moeda: R\$ (000)

Meio	Investimento	Pa%
TV ABERTA	10.354.880	59,4
TV ASSINATURA	529.978	3,0
JORNAL	2.696.060	15,5
REVISTA	1.502.111	8,6
RÁDIO	726.591	4,2
OUTDOOR	365.993	2,1
EXTERIOR	145.861	0,8
MOBILIÁRIO URBANO	128.558	0,7
INTERNET	361.312	2,1
GUIAS E LISTAS	568.560	3,3
CINEMA	61.031	0,3
Total	17.440.935	100,0

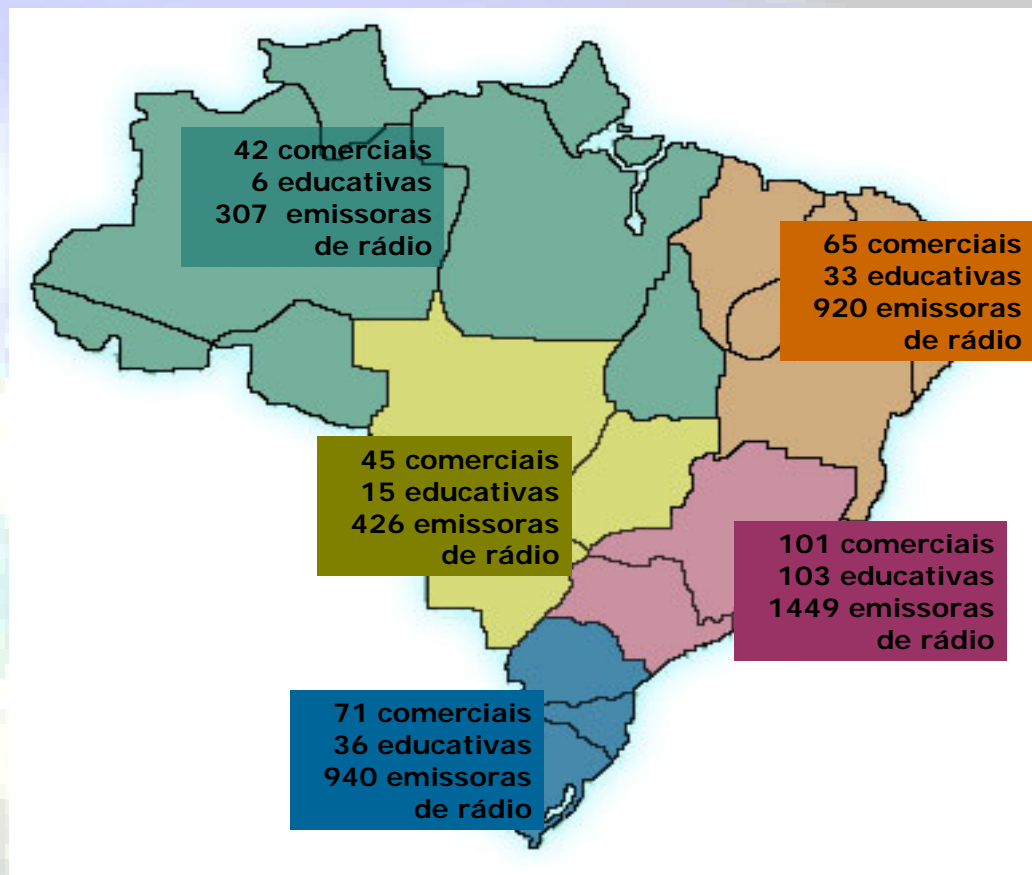
Fonte: Projeto Inter-Meios

Modelo Federativo

O modelo federativo caracteriza-se pela oferta de programação brasileira de alta qualidade, identificando e promovendo os valores nacionais, sem abrir mão dos interesses regionais e locais.

As redes de programação básica de televisão (mais de 20) distribuem sinais a centenas de emissoras afiliadas e milhares de retransmissoras.

Milhares de emissoras de rádio atuam neste modelo. No total são mais de 4000* emissoras espalhadas pelo país.



Fator de Integração

- Idioma Nacional***
- Valores Culturais***
- Integridade da Federação***

Valorização do talento genuinamente brasileiro;

- Redução dos Custos Sociais pela proximidade da oferta;***
- Mobilização Comunitária.***
- Gera empregos***
 - 200 mil empregos, diretos e indiretos***
- Dinamiza pequenas e médias empresas***
 - 50.000 anunciantes (90% investindo menos do que R\$ 50.000,00 por ano)***
- Presta serviços partidários / eleitorais***
 - Horários Políticos Gratuitos***

Informação é essencial para eficiência dos mercados

Levar a informação para lugares onde ela é precária facilita:

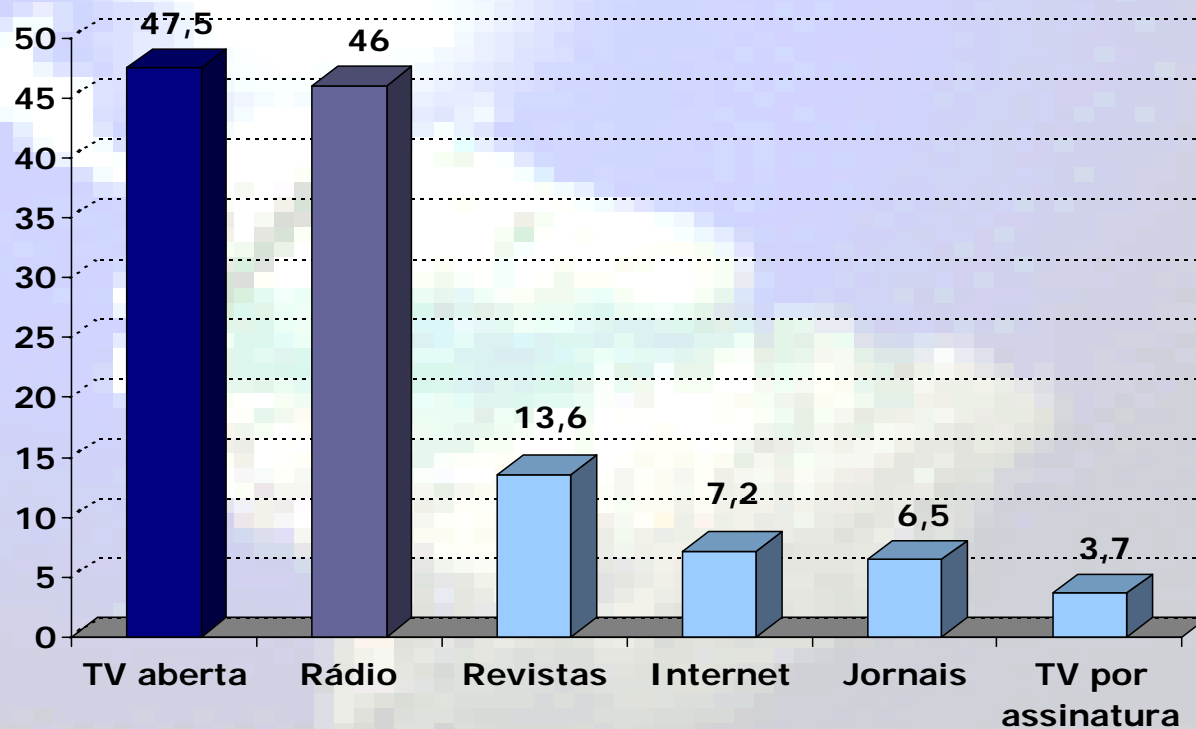
- o conhecimento de produtos***
- o acesso a novos mercados***
- o acesso a instrumentos técnicos e financeiros para empresários e trabalhadores***

O incentivo ao desenvolvimento não é apenas econômico: informações são primordiais para o desenvolvimento da cidadania

O rádio e a televisão são os meios mais indicados para esse papel.

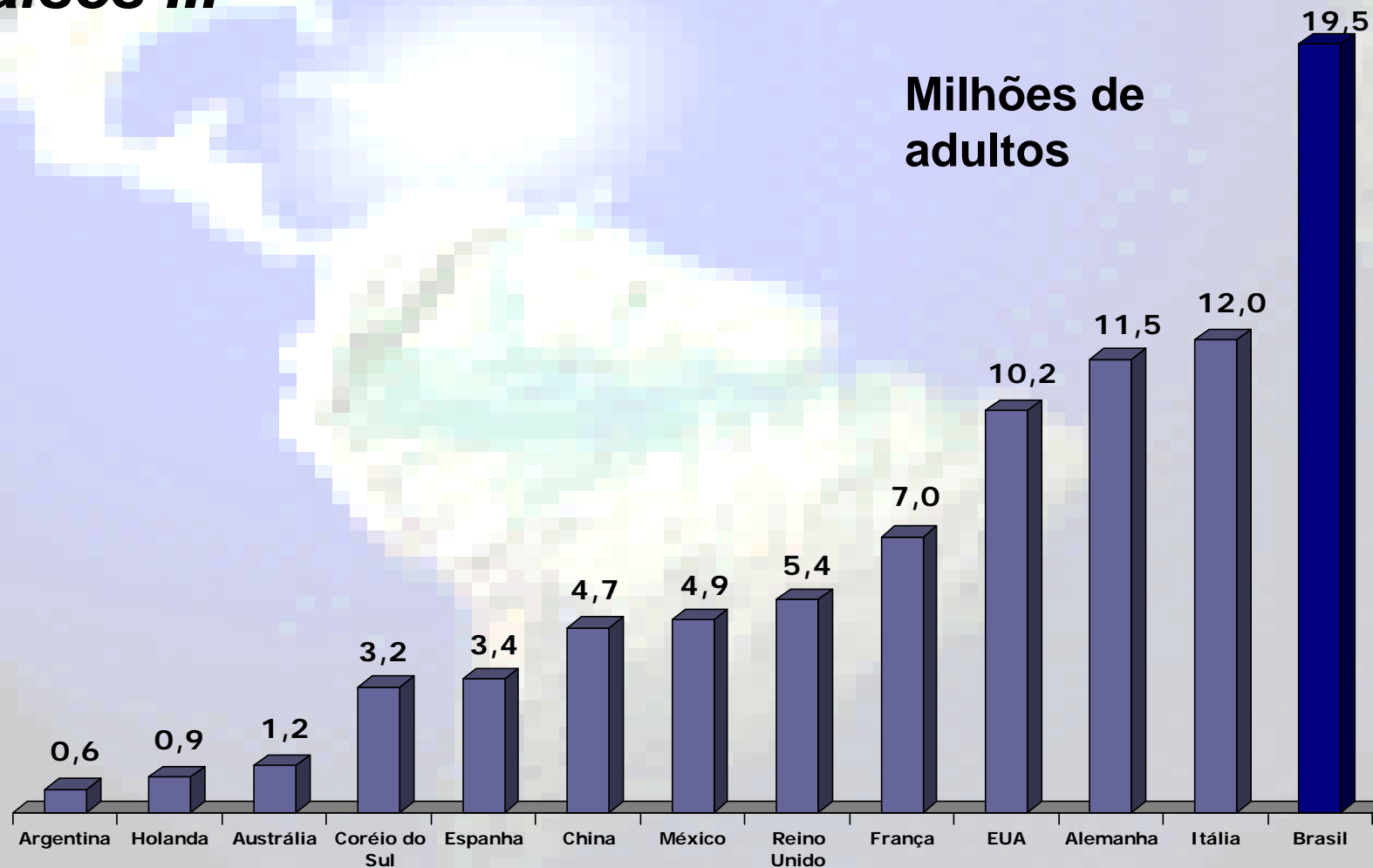
- Maior penetração em relação a outras mídias***
- Difusão da informação em locais afastados***
- Alcance de pessoas de baixa renda***
- Baixo custo de acesso aos usuários***

O rádio e a televisão são os meios de comunicação mais difundidos na população brasileira.



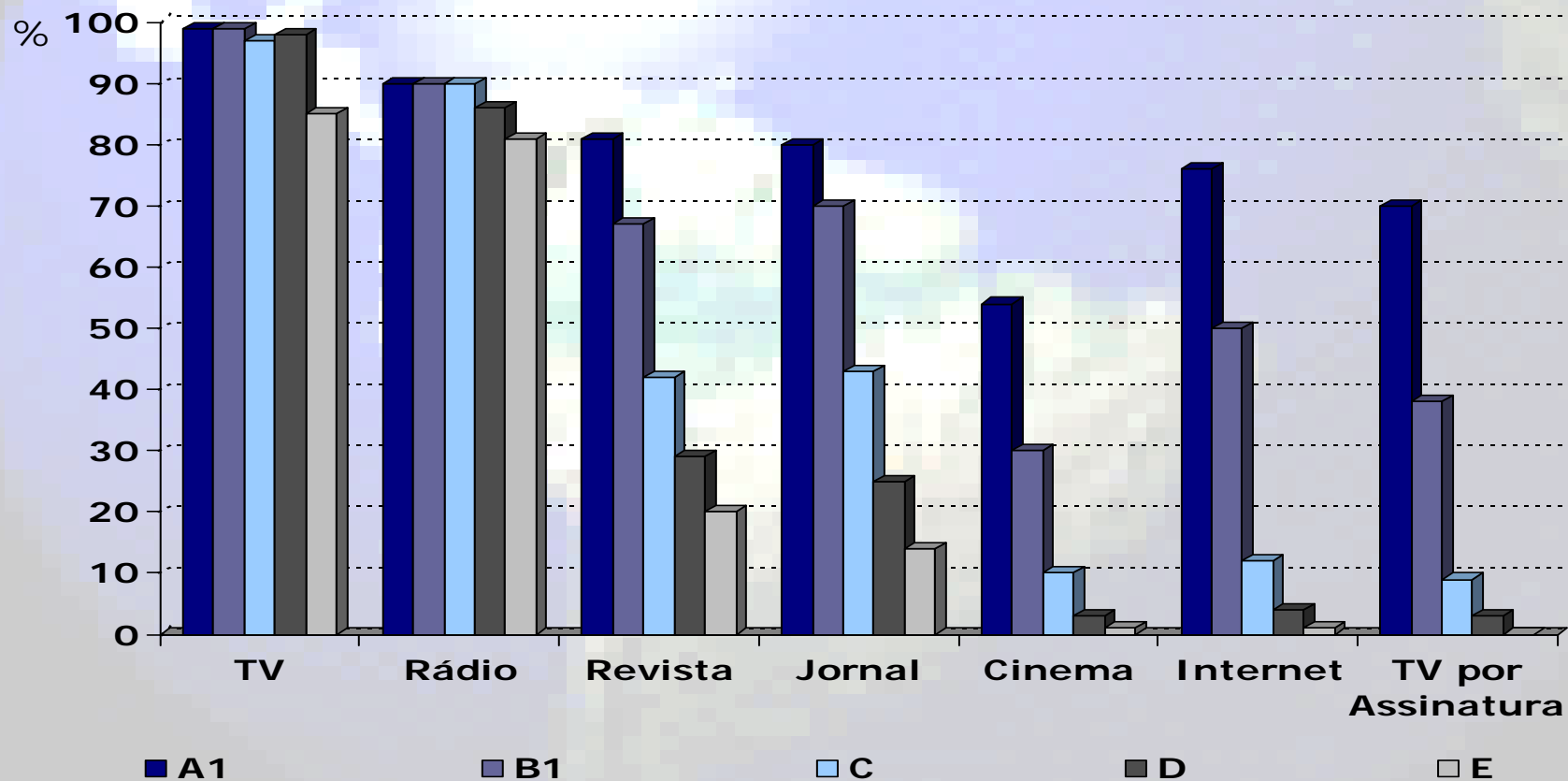
TV, Rádio, Internet e TV por assinatura em milhões de domicílios, revistas e jornais em milhões de unidades

A Televisão aberta desempenha papel fundamental no Brasil em relação a outros países ...



Fonte: Zenith Optmedia 2003.

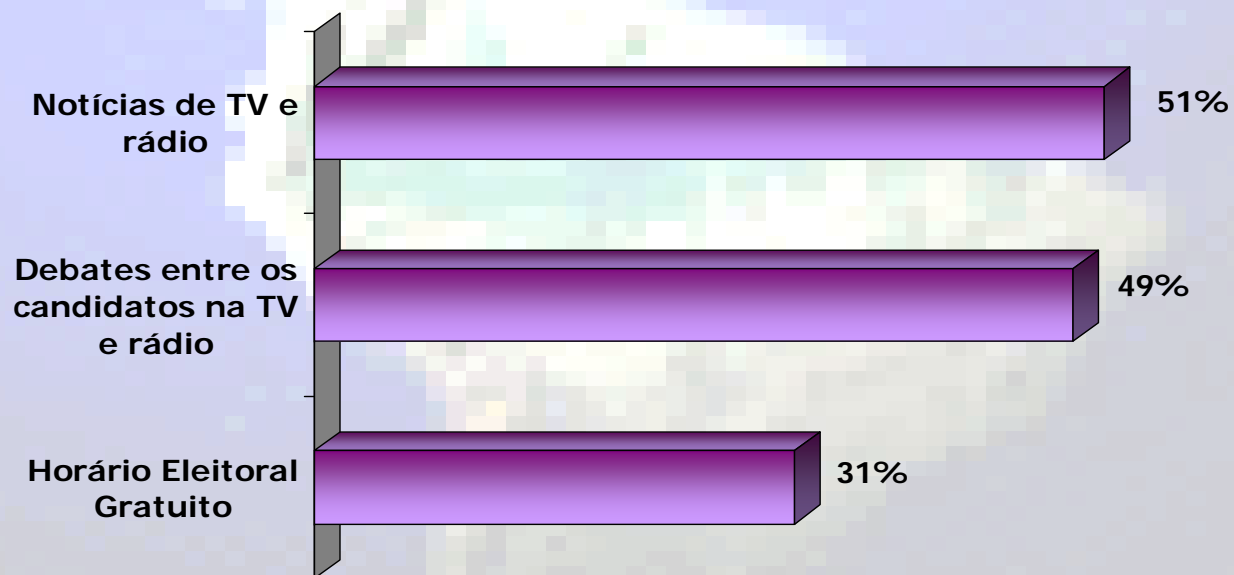
A televisão e o rádio são os únicos meios de comunicação com maciça penetração em todas as classes sociais. A diferença é mais perceptível nas classes C, D e E



Fonte: Mídia Dados 2006

Principal fonte de informação durante campanhas políticas

% dos que consideram muito importante



Fonte: Datafolha (setembro 2000)

Foi verificado econometricamente (teste de Hausmann) que a inserção dos meios de comunicação causa o desenvolvimento, e não o inverso:

-Variações na inserção do rádio e TV geram variações no IDH. Ao contrário, variações nesse índice não são significantes para explicar variações nas inserções do rádio e TV

O rádio e TV disseminam conhecimento. Conhecimento e bem-estar caminham juntos. Mas

- O conhecimento, em geral, precede a busca de melhor bem-estar;*
- O conhecimento é a base para que as pessoas busquem obter uma melhor situação e para que efetivamente alcancem esse objetivo;*



CONTEÚDOS

“Qualidade e Sustentação Econômica”

- Oferecer programação de qualidade e, ao mesmo tempo, conseguir sobreviver aos altos custos incidentes;***
- Buscar o equilíbrio entre produção de qualidade e saúde econômica das empresas***

Cobertura Nacional e Operações Regionais

PROGRAMAÇÃO NACIONAL

Produção de brasileiros para todos os brasileiros

PROGRAMAÇÃO REGIONAL

- Jornalismo***
- Esportes***
- Música***
- Talentos***
- Outros***

MODELO FEDERATIVO

A programação regional alternada com programas distribuídos pelas emissoras cabeças de rede propiciam a divulgação de fatos e talentos regionais não apenas para a região de origem mas também em nível nacional através dos mecanismos de rede

Principais Conteúdos	Observações
Vinhetas e Chamadas	Todas as emissoras
Produção Comercial	Viabilização de Milhares de pequenas e médias empresas
Propaganda Partidária e Eleitoral	Todas as emissoras
Novelas e Minisséries	Grandes Centros de Produção – Adaptação de Autores e Literatura Brasileira. Gratuito para toda a sociedade
Jornalismo	Preservação do interesse local e regional
Esportes	Preservação do interesse nacional, local e regional

Principais Conteúdos	Observações
Programas Rurais	Preservação do interesse local
Programas Educativos	Falta Regulamentação
Programas Ação Civil / Comunitária	Mobilização Eficiente. O maior voluntário nacional
Shows Musicais	Valorização e divulgação do Talento regional
Cinema Nacional	Sinergia
Humorísticos	Valorização e divulgação do Talento regional
Programas de Auditório	Valorização e divulgação do Talento regional

EXEMPLO CONTEÚDOS –TV ABERTA

70% da programação produzida no país (90% no horário nobre)

60 mil horas anuais de produção nacional

110 mil horas anuais de produção jornalística

Produções licenciadas para mais de 130 países

200 mil empregos, diretos e indiretos

Principais Autores Brasileiros adaptados

Jorge Amado (9)

Osman Lins (3)

Machado de Assis (4)

Jose de Alencar (3)

Érico Veríssimo (4)

João Guimarães Rosa (2)

Nelson Rodrigues (4)

José Lins do Rego (3)

Lygia Fagundes Telles (2)

Rachel de Queiroz (2)

Menotti del Picchia

Joaquim M. de Macedo

Viriato Correia

Bernardo Guimarães

João Ubaldo Ribeiro (2)

Lima Barreto

Monteiro Lobato (3)

Graciliano Ramos

Clarice Lispector

Mario de Andrade (3)

Ariano Suassuna

Dinah Silveira Queiroz

Zelia Gattai

Raul Pompéia

Maria José Dupré

Orígenes Lessa

Marques Rebelo

A stylized globe with a tree growing from the center, symbolizing global challenges and opportunities. The globe is rendered in shades of blue and green, with a white tree trunk and green foliage. The text "DESAFIOS E OPORTUNIDADES" is overlaid on the globe in a bold, black, italicized font.

DESAFIOS E OPORTUNIDADES

DESAFIOS

***CONVERGÊNCIA TECNOLÓGICA E
GLOBALIZAÇÃO***

***CONCORRÊNCIA DESIGUAL DE
EMPRESAS DE TELECOMUNICAÇÕES***

Todos os serviços de telecomunicações presentes no país já operam com tecnologia digital de transmissão, contando com a faculdade de distribuir conteúdos qualitativamente diferenciados

• Conteúdo

• Plataforma

• Consumo



O Rádio e a TV Aberta
Gratuita precisam, com
urgência, passar a transmitir
seus sinais utilizando
tecnologia digital

OPORTUNIDADES

-NOVOS FORMATOS

-INTERATIVIDADE

-RENOVAÇÃO DO PARQUE INSTALADO / INDÚSTRIA

-AUMENTO DO NÚMERO DE PROGRAMAÇÕES DE INTERESSE PÚBLICO/EDUCATIVO/COMUNITÁRIO

-COMPARTILHAMENTO DE CANAIS DIGITAIS

-MULTIPLEX PÚBLICO

-NOVAS LICITAÇÕES



***REFLEXÕES SOBRE COMUNICAÇÃO SOCIAL
NO AMBIENTE DE CONVERGÊNCIA
TECNOLÓGICA***

- **A Constituição Federal separou Comunicação Social de Telecomunicações (Meios), protegendo-a.**
- **Comunicação Social consiste na oferta de conteúdo de 1 para n (um emissor, diversos receptores) e dirigida ao Mercado Interno Brasileiro.**
- **Telecomunicações no Brasil não se destina à exploração de Serviços de Comunicação Social**
- **Telecomunicações é um serviço complementar ao Serviço de Comunicação Social, com o qual não se confunde.**

Avanços tecnológicos que proporcionam a convergência e interatividade física dos serviços não podem derrogar as definições, as outorgas dos diferentes serviços, criando “fatos consumados”.

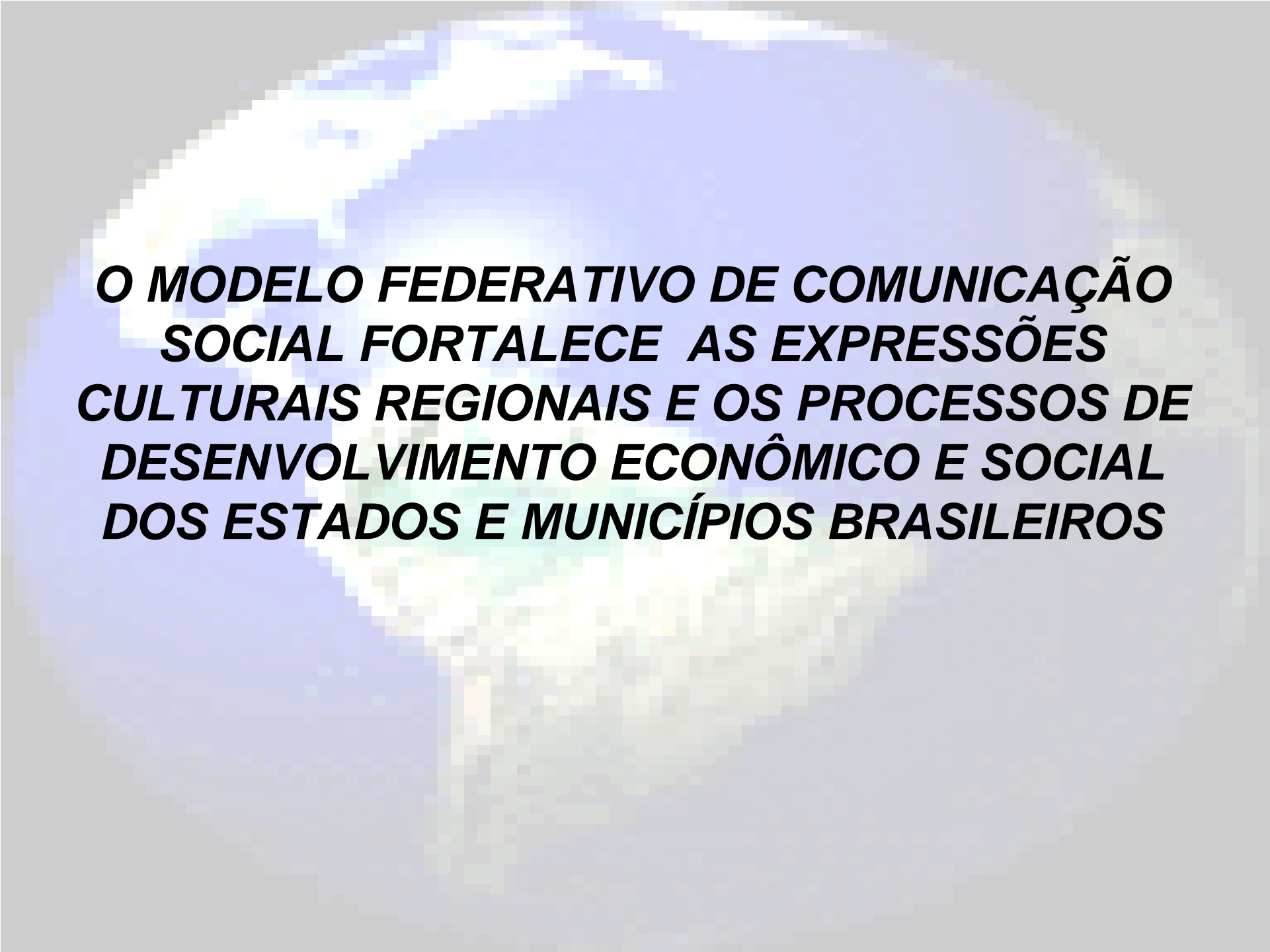
***A CONVERGÊNCIA DIGITAL DEVE ESTAR À SERVIÇO
DO NOSSO PROJETO DE BRASIL, EXPRESSO NA
CONSTITUIÇÃO***

***O BRASIL QUER SER PRODUTOR DE CONTEÚDOS
CULTURAIS, COM FORTE PRESENÇA NO NOSSO
MERCADO INTERNO E NO MUNDO***

***O BRASIL NÃO QUER “SER PRODUZIDO” E ENVOLVIDO
PELA PRODUÇÃO CULTURAL DAS CHAMADAS
ECONOMIAS CENTRAIS***

DEVE SER ESTIMULADO O DESENVOLVIMENTO E A DIVERSIFICAÇÃO DOS MEIOS DE DISTRIBUIÇÃO, PRESERVANDO A PRODUÇÃO, A PROGRAMAÇÃO E O PROVIMENTO DE CONTEÚDOS BRASILEIROS POR EMPRESAS BRASILEIRAS.

“É necessário separar a regulação da transmissão da regulação do conteúdo.” (União Europeia - Diretiva 2002/21/EC – Diretiva de Regulamentação)



***O MODELO FEDERATIVO DE COMUNICAÇÃO
SOCIAL FORTALECE AS EXPRESSÕES
CULTURAIS REGIONAIS E OS PROCESSOS DE
DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL
DOS ESTADOS E MUNICÍPIOS BRASILEIROS***

“Os países não desistem de seus objetivos sociais, políticos e culturais porque as informações são transmitidas analógica ou digitalmente.”

(Eli Noam, Professor de Economia e Finanças e Diretor do Centro de Tele-Infomação da “Columbia Business School”)



RADIODIFUSÃO E TELECOMUNICAÇÕES

***Características comparativas que devem influenciar
Legislação***

RADIODIFUSÃO

COMUNICAÇÃO SOCIAL

1 PARA N (UM EMISSOR, DIVERSOS RECEPTORES) E DIRIGIDA AO MERCADO INTERNO BRASILEIRO.

TELECOMUNICAÇÕES

TELECOMUNICAÇÕES

1 PARA 1 (UM EMISSOR, UM RECEPTOR), ORIGINALMENTE

RADIODIFUSÃO

COMUNICAÇÃO SOCIAL

**TRATAMENTO
CONSTITUCIONAL**

**RESPONSABILIDADE
EDITORIAL E
PRODUÇÃO DE
CULTURA E EDUCAÇÃO**

TELECOMUNICAÇÕES

TELECOMUNICAÇÕES

**TRANSPORTE DE
SINAIS**

RADIODIFUSÃO

**ABERTA, GRATUITA E
LIVREMENTE
RECEBIDA PELO
PÚBLICO EM GERAL**

TELECOMUNICAÇÕES

**PAGA - ACESSO
RESTRITO
CONDICIONAMENTOS
ECONÔMICOS**

RADIODIFUSÃO

TELECOMUNICAÇÕES

TELESPECTADOR

ASSINANTE

**INDEPENDÊNCIA
EDITORIAL, BASE NO
MERCADO
PUBLICITÁRIO.**

RADIODIFUSÃO

INTEGRAÇÃO
NACIONAL

PAPEL FUNDAMENTAL
DIVULGAÇÃO POLÍTICA
E ELEITORAL

TELECOMUNICAÇÕES

SEM COMPROMISSOS
FEDERATIVOS.



RADIODIFUSÃO

**LÍNGUA PORTUGUESA
CULTURA BRASILEIRA
EDUCAÇÃO.**

TELECOMUNICAÇÕES

**PROJETOS PAN-
AMERICANOS**

RADIODIFUSÃO

**AUTO
REGULAMENTAÇÃO
COM
RESPONSABILIDADES
BEM DEFINIDAS.**

TELECOMUNICAÇÕES

**REGULAMENTAÇÃO
ESPECÍFICA, MUITO
LIGADA AOS MEIOS E
DISTANTE DOS
CONTEÚDOS.**

RADIODIFUSÃO

**OFERTA EFICIENTE DE
BENS E SERVIÇOS
VIA PUBLICIDADE E
CAMPANHAS DE
MOBILIZAÇÃO.**

TELECOMUNICAÇÕES

**POSSIBILIDADE DE
INFORMAÇÃO
SEGMENTADA PAGA.**

RADIODIFUSÃO

**DISSEMINAÇÃO DE
INFORMAÇÕES**

ACESSO DEMOCRÁTICO.

TELECOMUNICAÇÕES

CONCENTRAÇÃO

**ALTA DEPENDÊNCIA
DE CAPITAL E DE
ESCALA.**



RADIODIFUSÃO

TELECOMUNICAÇÕES

MONO-SERVIÇO

MÚLTIPLOS SERVIÇOS



RADIODIFUSÃO

TELECOMUNICAÇÕES

CANAL ÚNICO

**DIVERSIDADE DE
FAIXAS**

RADIODIFUSÃO

1 CANAL POR LOCALIDADE,

COM COMPROMISSOS DE CESSÃO DE HORÁRIOS GRATUITOS DE PROGRAMAÇÃO EDUCATIVA, INSTITUCIONAL E POLÍTICO PARTIDÁRIA.

TELECOMUNICAÇÕES

PLURALIDADE DE CANAIS –

DISPONIBILIZAÇÃO DE MEIOS.



RADIODIFUSÃO

**VOLATILIDADE DO
INTERVALO COMERCIAL
VINCULADO AO
PRODUTO EXIBIDO.**

TELECOMUNICAÇÕES

**POTENCIAL DE
EXPANSÃO
PERMANENTE DA BASE
DE ASSINANTES.**



RADIODIFUSÃO

**MILHARES DE
PROPRIETÁRIOS EM
TODO O PAÍS**

TELECOMUNICAÇÕES

**GRANDE
CONCENTRAÇÃO EM
PODER DE POUCAS
EMPRESAS**