

A Radiodifusão como um Negócio: um Olhar sobre a Geração do Código Brasileiro de Telecomunicações

Octavio Penna Pieranti¹
Paulo Emílio Matos Martins²

Introdução

Em 1962, a radiodifusão e a telefonia brasileiras ganharam seu primeiro grande marco regulatório, o Código Brasileiro de Telecomunicações. Passados mais de quarenta anos de sua promulgação, o conteúdo relativo à telefonia foi revogado e outros artigos foram mutilados, novas tecnologias impuseram uma lógica de desenvolvimento peculiar ao setor e diversas leis e decretos passaram a funcionar como apêndice do código, mas esse continua vigente. Este artigo tem por objetivo analisar o processo que levou à aprovação do Código Brasileiro de Telecomunicações pelo Congresso Nacional em 1962, correlacionando-o à expansão da radiodifusão no Brasil.

Metodologia

Este artigo é uma investigação histórica que se baseia na interpretação dos acontecimentos e na análise das estruturas duradouras, tidas como centrais para a compreensão do tema ora estudado, sem rígido apego à narrativa linear calcada na ausência de remissões e inflexões, em consonância com o paradigma da Nova História (CURADO, 2001). Ainda assim, observações referentes a personagens e a eventos conjunturais são determinantes, bem como o domínio político, por sua excelência para as Comunicações no Brasil, é o cerne deste estudo. Adicionalmente, uma análise documental e bibliográfica é feita em relação à legislação, às atas das votações que levaram à aprovação do Código Brasileiro de Telecomunicações e ao Diário do Congresso Nacional, onde foram publicados os vetos à lei feitos pelo então Presidente da República João Goulart.

Parte desses documentos foram avaliados por meio de técnicas de análise de conteúdo, com o objetivo de categorizar, de acordo com tipologia específica, os vetos estabelecidos ao

¹ Doutorando em Administração na Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas da Fundação Getúlio Vargas – EBAPE/FGV.

² Professor Titular da Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas da Fundação Getúlio Vargas – EBAPE/FGV.

CBT pelo então Presidente da República, João Goulart. As categorias analisadas baseiam-se em uma interpretação qualitativo-quantitativa dos vetos. Para defini-las, foram levantadas suas frequências em valores absolutos e em percentuais. Como ressaltam Dellagnelo e Silva (2005), admite-se, neste método, a utilização dessas abordagens quantitativas simples para uma posterior interpretação qualitativa.

Foram respeitados, na construção da tipologia adotada, os limites impostos pelo método da análise de conteúdo. Como destacam Bardin (1977) e Vergara (2005), as categorias devem ser homogêneas, sendo factíveis para o tratamento de um mesmo assunto; exaustivas, abrangendo por completo o que se propõem a reunir sem deixar margem a dúvidas; exclusivas, impedindo que uma mesma unidade ou elemento se encaixe em mais de uma categoria; e pertinentes, adequando-se ao problema estudado e aos objetivos da pesquisa empreendida.

Apesar de, em parte, publicadas em meios de comunicação oficiais, as principais fontes utilizadas neste trabalho estiveram distantes de pesquisadores nas últimas décadas, de acordo com levantamento bibliográfico feito para este estudo. Trata-se de edições do Diário do Congresso Nacional e de atas de votação, ou seja, documentos relativos ao processo de aprovação do CBT, do qual constam votos, vetos, justificativas e discursos do Presidente da República, de senadores e de deputados.

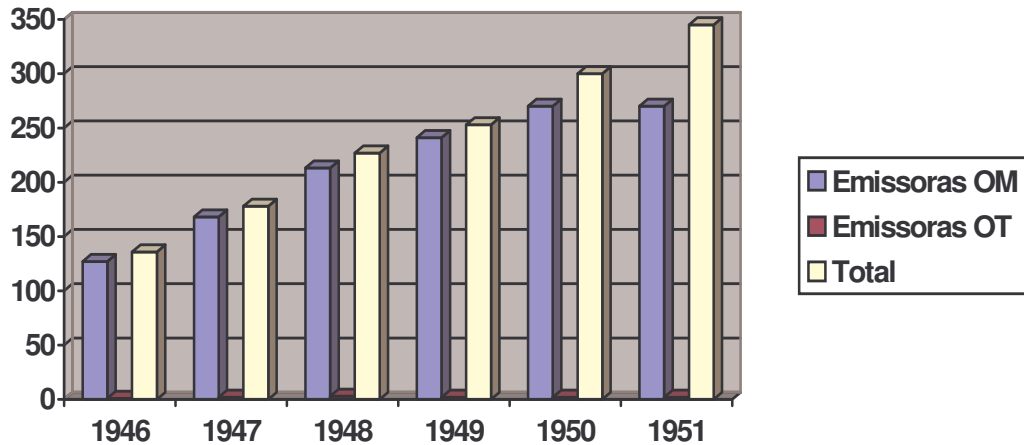
O Mercado de Radiodifusão em 1962

Desde 1922, quando foi realizada a primeira transmissão de rádio no Brasil, a radiodifusão não parou de crescer. Nas primeiras transmissões, ainda não era possível dimensionar a força que o novo meio ganharia no Brasil, graças a uma programação centrada em radionovelas, no radioteatro e nos programas de auditório. Nas décadas de 1940 e 1950, quando o rádio viveu seu auge, foram revelados cantores e atores que se tornariam referências nacionais.

Some-se à possibilidade de inovar uma outra, a de investir em mercado tardiamente regulado, incipiente e promissor. Quase uma década depois de começarem as transmissões, a regulamentação do setor foi iniciada por dois decretos, 20.047 de 1931 e 21.111 de 1932, promulgados no governo de Getúlio Vargas. Com a regulação tardia, o governo via-se obrigado a enfrentar, de saída, a pressão de empresários em defesa de seus direitos adquiridos. A regulamentação tardia da radiodifusão, como lembra Godoi (2001), viria a caracterizar o setor em toda a sua história.

Até o início da década de 1950, a expansão do rádio no Brasil ocorreu conforme demonstrado no gráfico 1:

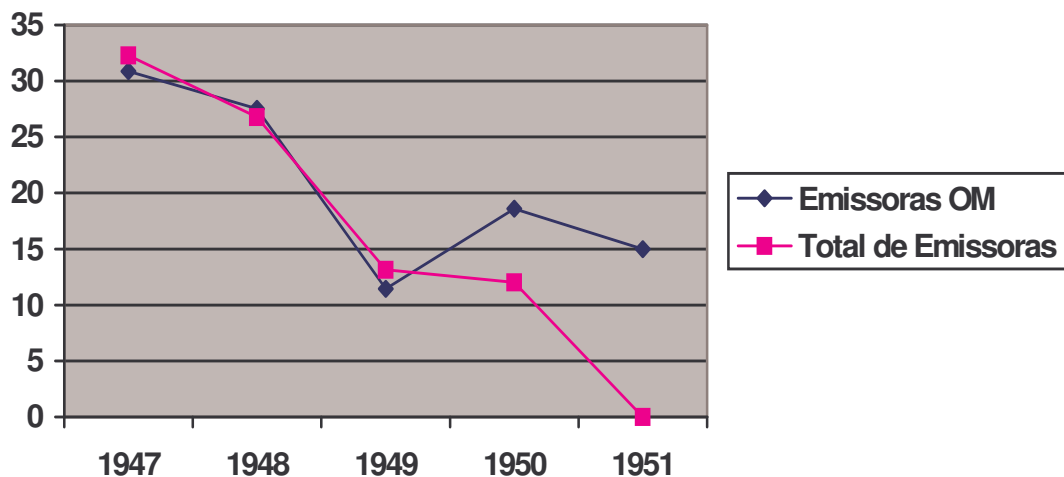
Gráfico 1: Emissoras de Rádio no Brasil (1946-1951)³



Fonte: Elaboração dos autores, com base no Anuário Estatístico do IBGE.

À época, ainda predominavam as transmissões em ondas médias, sendo poucas as emissoras que operavam em ondas tropicais. O crescimento percentual do número de emissoras no Brasil pode ser observado no gráfico 2, abaixo:

Gráfico 2: Crescimento Percentual das Emissoras de Rádio no Brasil (1946-1951)



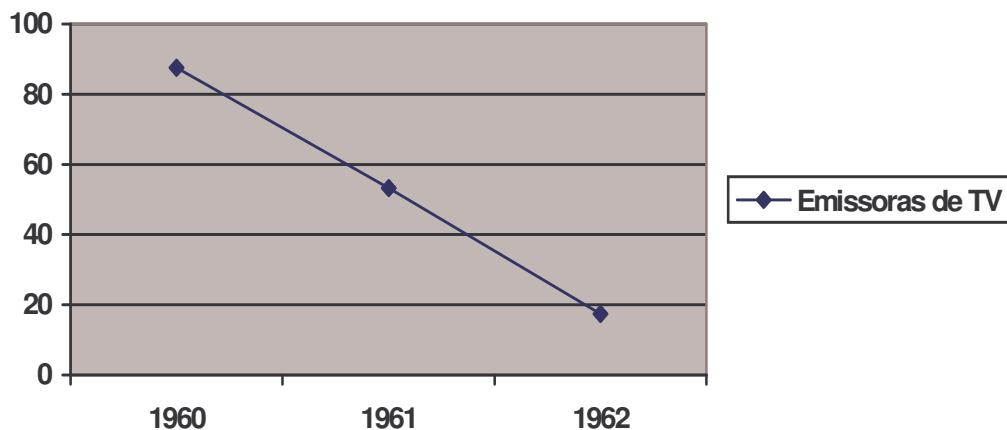
Fonte: Elaboração dos autores, com base no Anuário Estatístico do IBGE.

³ Não estavam disponíveis os modos de transmissão de duas emissoras em 1948, uma em 1949 e 28 em 1951.

Note-se que, apesar do número de emissoras no Brasil continuar em franca ascensão (à exceção do total de emissoras em 1951 em relação ao ano anterior, que ficou estável), esse crescimento tendia a ser cada vez menor.

Na mesma época, aliando som e imagem, um novo meio de comunicação chegava aos lares de algumas poucas famílias brasileiras. A TV Tupi, responsável pela primeira transmissão de televisão em 1950, brevemente se estenderia por outras cidades e estados, formando uma rede e sendo seguida, neste mesmo processo, por outras emissoras. Entre 1959, ano em que começou a ser divulgado pelo IBGE o número de emissoras de televisão existentes no Brasil, e 1962, ano de promulgação do CBT, aumentou de oito para 27 esse número, comportando-se da seguinte forma:

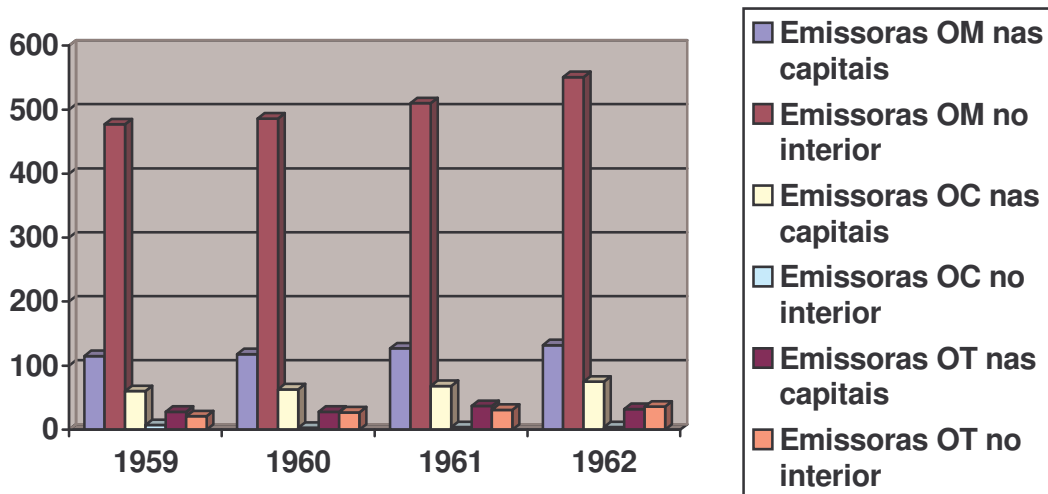
Gráfico 3: Crescimento Percentual das Emissoras de TV no Brasil (1959-1962)



Fonte: Elaboração dos autores, com base no Anuário Estatístico do IBGE.

O aumento no número de emissoras ocorria a cada ano, porém também era cada vez menor. Ao rádio, restou outra estratégia – a interiorização, ocupando a maior parte do território brasileiro, onde a TV, por questões técnicas, não chegava ou chegava com dificuldade. Note-se, no gráfico 4, que a interiorização foi promovida basicamente por meio das emissoras transmitidas em ondas médias:

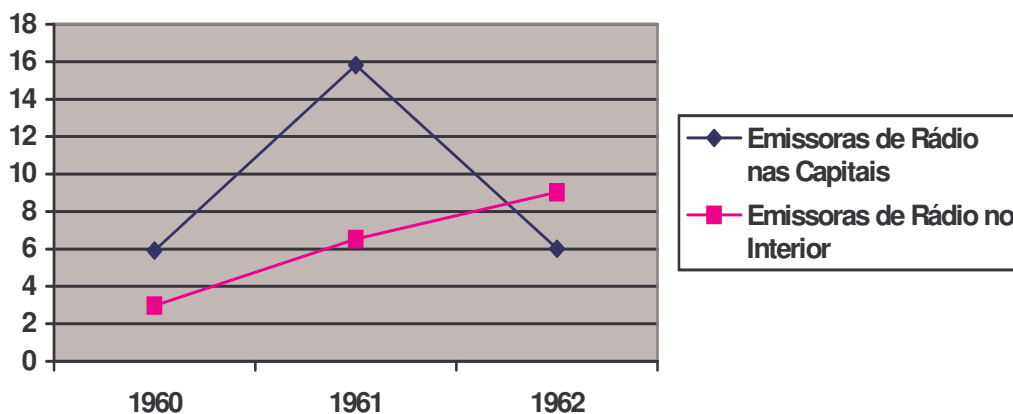
Gráfico 4: Crescimento das Emissoras de Rádio no Brasil (1959-1962)



Fonte: Elaboração dos autores, com base no Anuário Estatístico do IBGE.

As transmissões em ondas médias eram preferencialmente adotadas em todo o Brasil e eram a forma dominante principalmente no interior. Nas capitais, faziam-se notar, também, as emissoras em ondas curtas. O altíssimo número de emissoras transmitidas em ondas médias no interior fez com que, em valores absolutos, viesse de longe das capitais o maior número de emissoras de rádio, caracterizando o rádio como o meio de comunicação por excelência do interior. O gráfico 5 possibilita uma comparação entre as taxas de crescimento do rádio na capital e no interior:

Gráfico 5: Crescimento Percentual das Emissoras de Rádio no Brasil (1959-1962)



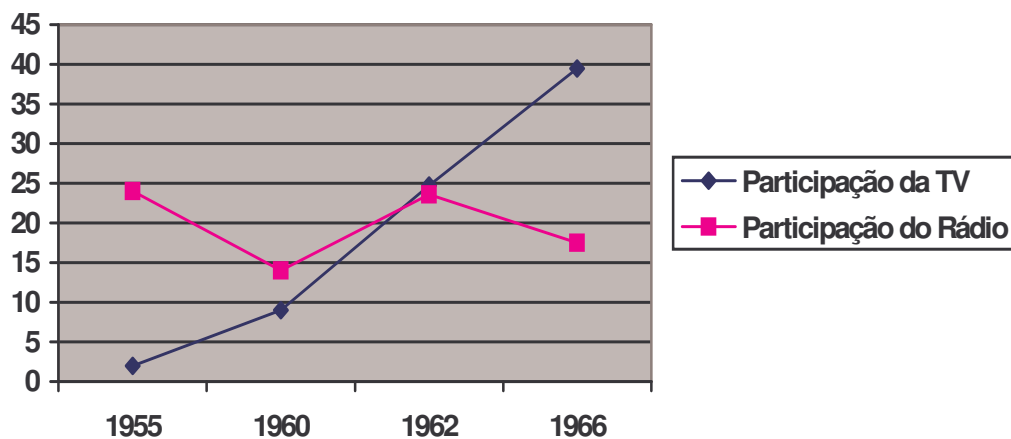
Fonte: Elaboração dos autores, com base no Anuário Estatístico do IBGE.

Com base nas estatísticas descritivas de crescimento da radiodifusão nas décadas de 1940, 50 e 60, pode-se formular hipóteses quanto ao mercado, que demandam investigação

posterior para serem validadas ou refutadas. A diminuição na taxa de crescimento das emissoras de radiodifusão pode ser reflexo dos seguintes fatores: inexistência de condições técnicas apropriadas para a expansão das emissoras e formação de redes, falta de empresários com recursos suficientes para proceder aos investimentos necessários; e ausência de um marco regulatório que desse garantias e segurança aos interessados no setor.

Enquanto o rádio se consolidava no interior, a televisão avançava sobre o bolo publicitário brasileiro, cujas verbas mais fartas tradicionalmente se concentram nas capitais. Em 1962, pela primeira vez, a TV ultrapassou percentualmente o rádio nesse quesito, chegando a ocupar 24,7% do bolo publicitário contra 23,6%, distância que viria a aumentar nos anos seguintes, conforme demonstrado pelo gráfico 6:

Gráfico 6: Participação Percentual no Bolo Publicitário Brasileiro (1955-1966)



Fonte: Publicidade Brasileira, 2 (17): 6, jun. 1978, *apud* Lattman-Weltman, 2003.

Note-se o grande salto na participação das emissoras de TV no bolo publicitário entre 1960 e 1962: o índice saltou, em dois anos, de 9% para 24,7%. Em 1966, a TV se tornaria o meio com maior participação no bolo publicitário (39,5%), superando também a revista, que passou a ter 23,3% da fatia contra 17,5% do rádio.

O mercado da radiodifusão tornava-se ainda mais interessante aos investidores, graças ao interesse do próprio Estado em participar de operações no setor. O IBGE reconhecia, em 1956, 28 emissoras de rádio mantidas com subvenções estatais: uma no Maranhão, uma no Pará, uma em Pernambuco, uma em Alagoas, oito em Minas Gerais, duas no Espírito Santo, duas no Rio de Janeiro, sete em São Paulo, duas no Paraná, duas no Rio Grande do Sul e uma em Mato Grosso.

Ajudados pelas benesses estatais, os empresários donos de meios de comunicação de massa, independentemente da mídia em que operavam, amparavam-se nos favores gerados no

seio do Estado para consolidarem suas empresas. Já regulado o rádio, permaneciam sem regulação consolidada as transmissões de televisão, apesar de obviamente demandarem especificações técnicas próprias. A ausência de regulação favorecia, em parte, os interessados em investir no setor. Se, por um lado, a obtenção de uma concessão dependia de critérios mais subjetivos, tal como apoio político, por outro, não precisavam se preocupar, por exemplo, com questões relativas a limites para a posse de emissoras, caráter dos investimentos e tipo de programação a ser veiculada.

A relação de permissividade e de simbiose entre interesses público e privado não se restringia ao financiamento de atividades por parte dos agentes públicos. Empresários do setor, aos poucos, alcançaram cargos políticos de destaque e teriam papel importante na empreitada que levaria à regulação da radiodifusão no Brasil, por meio da promulgação do Código Brasileiro de Telecomunicações.

Os Vetos de João Goulart

Na mensagem nº173, datada de 27 de agosto de 1962 e publicada na seção II do Diário do Congresso Nacional de 5 de setembro de 1962, o Presidente da República João Goulart relacionou 52 vetos ao projeto de lei que instituía o Código Brasileiro de Telecomunicações (CBT) (BRASIL, 1962a). Fruto de nove anos de negociações, o CBT fora protocolado como Projeto de Lei do Senado nº 36, de 1953, e, depois, na Câmara dos Deputados, com o número 3.549, de 1957 (BRASIL, 1962b).

Antes dos vetos, o documento refletia os entendimentos entre militares, estudiosos da telefonia e de sistemas de transmissão de dados (PIERANTI, 2005), e civis, notadamente empresários com interesses no setor. Não era preciso em relação aos critérios para distribuição de concessões de emissoras de rádio e de televisão, nem em relação a punições de eventuais infrações. Técnico em sua essência, não estipulava limites rígidos para as diferentes formas de preenchimento das frequências. Os vetos estabelecidos pelo Presidente da República foram separados em categorias na tabela 3:

Tabela 3: Vetos de João Goulart ao Código Brasileiro de Telecomunicações (CBT)

	Número de Vetos	% do Total
Fortalecimento do Presidente da República	13	25
Competências de ministérios e outros órgãos	16	30,77
Conflito com outros marcos legais	8	15,38
Imprecisão do texto do CBT	11	21,15
Outras	4	7,70
Total	52	100%

Fonte: Elaboração dos autores

A primeira categoria, *fortalecimento do Presidente da República*, envolve todos os vetos que, de alguma forma, buscavam ampliar a participação do Poder Executivo nas telecomunicações seja como autoridade concessionária, seja como ente responsável por supervisionar medidas e ações referentes ao tema tratado. Como exemplo do primeiro papel, podem-se destacar os exemplos abaixo (as razões do Presidente da República estão precedidas pelo texto final do Código Brasileiro de Telecomunicações):

“Veto: Artigo 33 § 3º

Texto: Os prazos de concessão e autorização serão de 10 (dez) anos para o serviço de radiodifusão sonora e de 15 (quinze) anos para o de televisão, podendo ser renovados por períodos sucessivos e iguais, se os concessionários houverem cumprido todas as obrigações legais e contratuais, mantido a mesma idoneidade técnica, financeira e moral, e atendido o interesse público (art. 29 X).

Justificativa: O prazo deve obedecer ao interesse público, atendendo a razões de conveniência e de oportunidade, e não fixado a priori pela lei. Seria restringir em demasia a faculdade concedida ao Poder Público para atender a superiores razões de ordem pública e de interesse nacional o alongamento do prazo da concessão ou autorização, devendo ficar ao prudente arbítrio do poder concedente a fixação do prazo de que cogita o inciso vetado.

(...)

Veto: Expressão “se a respectiva concessionária ou permissionária decair do direito à renovação” no *Caput* do artigo 75

Texto: A perempção da concessão ou autorização será declarada pelo Presidente da República, precedendo parecer do Conselho Nacional de Telecomunicações, se a respectiva concessionária ou permissionária decair do direito à renovação.

Justificativa: Tratando-se de concessão, ou permissão ou autorização, não se deve construir ou estabelecer nenhum direito da renovação que tolheria o prudente arbítrio da autoridade concedente.” (PIERANTI, 2005, p. 121-122)

Como exemplo da pretendida ampliação de poder por parte do Poder Executivo, pode-se destacar o seguinte veto:

“Veto: Artigo 33 § 4º

Texto: Havendo a concessionária requerido, em tempo hábil, a prorrogação da respectiva concessão ter-se-á a mesma como deferida se o órgão competente não decidir dentro de 120 (cento e vinte) dias

Justificativa: Não se justifica que, competindo à União o ato de fiscalizar, de gerir, explorar ou conceder autorização, ou permissão ou concessão etc., o seu silêncio, muitas vezes provocado pela necessidade de acurado exame do assunto, constitua motivação para deferimento automático. Os problemas técnicos surgidos, as exigências necessárias à verificação do procedimento das concessionárias etc. podem, muitas vezes, ultrapassar o prazo de 120 dias, sem qualquer culpa da autoridade concedente.” (PIERANTI, 2005, p. 121)

A segunda categoria, *competências de ministérios e outros órgãos*, abrange os vetos que discutiam a participação nas telecomunicações e na radiodifusão dos diversos atores ligados ao Estado, exceção feita ao Presidente da República. Neste âmbito, estão ministérios, poderes Legislativo e Judiciário e o Conselho Nacional de Telecomunicações, que João Goulart propôs, por exemplo, ser vinculado ao Ministério da Viação e das Obras Públicas. Um dos vetos estabelecidos foi:

“Veto: Parágrafo único do artigo 53

Texto: Se a divulgação das notícias falsas houver resultado de erro de informação e for objeto de desmentido imediato, a nenhuma penalidade ficará sujeita a concessionária ou permissionária.

Justificativa: A veracidade da informação deve ser objeto de exame antes da divulgação da notícia, não sendo justo que alguém transmita uma informação falsa, com todos os danos que daí podem decorrer, inclusive para a segurança pública, sem sujeição a qualquer penalidade. A apreciação da boa ou má fé da divulgação ficará a cargo da autoridade competente ou do Poder Judiciário, se for o caso.” (PIERANTI, 2005, p. 121)

As duas categorias seguintes, *conflito com outros marcos legais e imprecisão do texto do CBT*, que, juntas, englobam 36,53% dos vetos, são de interesse secundário para esta pesquisa, referindo-se a questões legais e à inserção deste novo documento no espírito do manancial legal vigente no país. A quinta categoria, *outras*, reúne os vetos que não se encaixam nas categorias anteriores.

As duas primeiras categorias, *fortalecimento do Presidente da República e competências de ministérios e outros órgãos*, abrangem, juntas, 55,77% dos vetos. Enfraquecido como Presidente da República, João Goulart seria deposto menos de dois anos depois da promulgação do Código Brasileiro de Telecomunicações. Em 1962, ainda tentava dar, no campo das telecomunicações, ao Estado e a ele próprio a força de que fora daquele campo não dispunha.

O fortalecimento do Estado contrastava com as pretensões de alguns atores, manifestadas explicitamente nos artigos do Projeto de Lei que instituía o Código Brasileiro de

Telecomunicações. Ao se opor às concessões de emissoras de radiodifusão por prazos pré-determinados, Goulart usava como justificativa o “interesse público” – neste caso, estatal – ao qual as emissoras e as concessões públicas deveriam se submeter. Opunha-se, ainda, ao estabelecimento de normas que restringissem o poder de regulação do Estado, bem como seu papel de fiscalizador das concessões. Ao rechaçar prazos fixos para as concessões e a possibilidade de renovação automática das mesmas, na ausência de posicionamento por parte do agente regulador, ampliava os riscos do investidor, nele reconhecendo a possibilidade de dissonância em relação ao “interesse público”. Quando confrontado esse interesse com a pretensão pessoal dos empresários, deveria prevalecer, de forma incontestável, o primeiro, a ser definido e defendido pelo agente estatal.

Note-se que essas contestações do Presidente da República não se restringiam ao modelo de concessões públicas, mas também às informações veiculadas pelos meios de comunicação eletrônicos. Isso fica claro no veto de Goulart ao parágrafo único do artigo 53 do Projeto de Lei em discussão. Para justificar a existência de uma censura prévia a esses meios, o Presidente da República fazia uso de conceitos como “justiça” e “má fé” da divulgação das notícias – conceitos flexíveis, amplos e passíveis de interpretação diferenciada, dependendo do ocupante do cargo máximo da hierarquia federal. Defendida a censura prévia, Goulart não a requisitava para si ou para qualquer órgão a ele diretamente submetido, ficando essa prática como responsabilidade do Poder Judiciário ou de outra autoridade competente para a função.

Publicada no Diário do Congresso Nacional, a defesa dos vetos feita por Goulart e, em sua essência, a defesa do papel do Estado como regulador essencial das telecomunicações, foi apreciada pela Câmara dos Deputados e pelo Senado Federal.

A Apreciação do Congresso Nacional

Quando o Congresso Nacional reuniu-se, no dia 26 de novembro, para apreciar os vetos de João Goulart ao Projeto de Lei que instituíria o Código Brasileiro de Telecomunicações, já era evidente a força de empresários (e futuros empresários) de mídia no parlamento brasileiro. De reuniões anteriores haviam participado, por exemplo, Carlos Lacerda, dono da *Tribuna da Imprensa*, e Antônio Carlos Magalhães, que, com o tempo, viria a se tornar um dos principais nomes da radiodifusão nacional. Convocado o Congresso Nacional para a votação às 21h30, foi encerrada a discussão e constatada a falta de quorum para a votação (BRASIL, 1962c).

Nova sessão seria iniciada, no dia seguinte, com uma novidade. Na manhã daquele dia (Abert, 2006), foi fundada a Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e de Televisão – Abert. Até então, os empresários de mídia reuniam-se em associações estaduais e em um sindicato das empresas proprietárias de meios de comunicação de massa. A criação da Abert refletia a mobilização dos empresários do setor, que haviam se organizado em função dos debates acerca do Código Brasileiro de Telecomunicações e, posteriormente, em oposição aos vetos de João Goulart. Posicionavam-se, assim, contrariamente ao fortalecimento da presença do Estado na radiodifusão brasileira.

Entre os que se dedicaram à formação de um grupo de pressão contrário aos vetos de Jango estavam personagens de destaque no cenário político (ou que viriam a tê-lo), radialistas e especialistas em radiodifusão. Nos dois últimos grupos, estavam, por exemplo, José de Almeida Castro, Mário Ferraz Sampaio e Enéas Machado de Assis (que, por sua vez, já participara das discussões no Congresso Nacional como especialista em radiodifusão). No primeiro grupo a lista é extensa. Antônio Abelin já exercera mandato de vereador em Santa Maria, Rio Grande do Sul. João Calmon, representante dos *Diários Associados*, voltaria a freqüentar os mesmos corredores do Congresso Nacional em que, no fim de 1962, liderou o movimento dos empresários. Em 1963, ele se elegeria deputado federal e, na década seguinte, senador da República. Clóvis Ramallete se tornaria ministro do Supremo Tribunal Federal. Nagib Chede conquistaria vaga de deputado. Todos esses são reconhecidos pela própria Abert (2006) como peças-chave na luta contra os vetos de João Goulart.

A aprovação do Código Brasileiro de Telecomunicações dar-se-ia em duas reuniões do Congresso Nacional – a segunda, no dia seguinte à primeira, em 28 de novembro. Nelas, cada um dos vetos de João Goulart seria derrubado, um a um, em votação nominal, o que sugere a despreocupação dos votantes com a impressão que a sociedade e seus eleitores poderiam ter de suas manifestações. Entre os vetos citados na seção anterior, os prazos das concessões (Artigo 33 § 3º) seriam mantidos por 181 votos contra 50 e 7 em branco; a possibilidade de deferência automática da renovação às concessões seria mantida por 187 votos contra 49 e 2 em branco; a impossibilidade de punição a empresas que desmentissem eventuais notícias falsas rapidamente foi mantida por 235 votos contra 11 e sete em branco; e as restrições à perempção da concessão constantes do artigo 75 foram mantidas por 243 votos contra 3 e 7 em branco.

Curiosamente, nem o Presidente da República, nem os congressistas que aprovaram o Código Brasileiro de Telecomunicações consignaram qualquer objeção ao parágrafo único do artigo 38 do documento. Determina o dispositivo: “Não poderá exercer a função de diretor ou

gerente de empresa concessionária de rádio ou televisão quem esteja no gozo de imunidade parlamentar ou de foro especial.” (BRASIL, 1962d)

Em 1988, a nova Constituição Federal passaria a proibir, em seu artigo 54, que parlamentares firmassem ou mantivessem contrato com empresas concessionárias de serviço público, como é o caso das emissoras de rádio e de televisão, ou que aceitassem ou exercessem cargos ou funções nelas (PIERANTI, 2005). Juntos, Código Brasileiro de Telecomunicações e Constituição Federal poderiam ter restringido sobremaneira a influência de parlamentares no setor. Na prática, porém, as restrições não surtiriam efeito.

Considerações Finais

O processo de discussão, de elaboração e de aprovação do Código Brasileiro de Telecomunicações exemplifica de forma precisa a conjuntura de forças no cenário da radiodifusão na década de 1960 e que, de certa forma, tem eco até o presente.

Cabe apontar, como observado, que, à época da promulgação do Código Brasileiro de Telecomunicações, a radiodifusão já despertava grandes interesses por pelo menos dois motivos. Um deles era inequívoco: emissoras de rádio e de televisão já apareciam como excelente veículo político, sendo arma importante em qualquer campanha eleitoral. O segundo estava se consolidando: crescia o mercado de radiodifusão e, com ele, crescia a participação dos meios de comunicação eletrônicos no bolo publicitário. Enquanto o rádio firmava-se como o meio de comunicação, por excelência, do interior do país, sendo, não raro, o único que realmente chegava às áreas mais afastadas, a televisão conquistava as cidades e antevia a possibilidade de ampliar sua área de recepção. A radiodifusão tornava-se, então, negócio lucrativo e com bom potencial de crescimento, porém, no raiar da década de 1960, já diminuía a taxa de crescimento da radiodifusão, conforme constatado.

Revelava-se, já na década de 1960, a formação de um grupo de pressão ligado à radiodifusão comercial. Os membros desse grupo não se restringem ao próprio empresariado, estendendo-se a representantes políticos, que, muitas vezes, se confundem com os primeiros. A presença de empresários do setor entre os parlamentares, embora em flagrante dissonância com os dispositivos do Código Brasileiro de Telecomunicações e da Constituição Federal, permite a ampliação da força desse grupo de pressão. A simbiose entre público e privado, com parte do Congresso Nacional legislando em causa própria (e, portanto, defendendo seus interesses de forma ferrenha), fica caracterizada neste caso. Some-se a isso o acesso facilitado

à sociedade que os empresários têm por intermédio dos seus meios de comunicação, possibilitando a difusão de suas idéias com vistas à influência da opinião pública.

Juntos, empresariado e parte do Congresso Nacional (seja os primeiros representados no segundo, seja o inverso) constituem entrave considerável à possível (e nem sempre freqüente) oposição do Poder Executivo. Decisões, em contextos democráticos, do Presidente da República que contrariem esses interesses dificilmente encontram respaldo e apoio decisivo no Congresso Nacional. Vale lembrar que, historicamente, a ação dos meios de comunicação tem se mostrado, no Brasil, decisiva para a condução de governos, sugerindo que o enfrentamento entre Poder Executivo e mídia dificilmente se mostraria proveitoso para o primeiro. O eficiente grupo de pressão deixa espaço diminuto para o atendimento de demandas nascentes no âmbito de movimentos sociais ligados às Comunicações. Há de se questionar, portanto, a possibilidade de mudanças no setor, dada a eficiência histórica da atuação do empresariado.

Em 1962, essa relação de forças era menos clara. Por meio de seus vetos ao CBT, João Goulart opôs-se a interesses dos empresários, aparentemente reunidos de forma pulverizada em associações regionais, e apostou em sua própria força no Congresso Nacional. O resultado desse choque demonstra que, apesar da descentralização organizacional, já eram claros os interesses coletivos, sendo grande a capacidade de aglutinação em torno deles. A criação da Abert, portanto, mais que criação de um grupo de pressão, configura-se como consolidação da predisposição para a defesa de interesses coletivos existentes anteriormente. Ao darem origem à associação justamente no dia em que seria revelado o resultado da pressão coletiva dos meses anteriores, os empresários mostraram que já era grande sua organização.

Referências

ABERT. História da Abert. **Abert**, 2006. Disponível em:< http://www.abert.org.br/p_abert_historia.cfm>. Acesso em: 2. mai. 2006.

ANUÁRIO ESTATÍSTICO. Rio de Janeiro: IBGE, 1946-

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

BRASIL. Mensagem nº 173. **Diário Oficial do Congresso Nacional**, Seção II, Brasília, DF, 5 set. 1962a.

_____. Relatório nº 24. **Diário Oficial do Congresso Nacional**, Brasília, DF, 21 nov. 1962b.

_____. Atas das Comissões. Brasília, DF, 1962d (mimeo).

_____. Lei nº 4117, de 27 de agosto de 1962d. Institui o Código Brasileiro de Telecomunicações. **Diário Oficial da República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 05. out. 1962. Disponível em <<http://wwwt.senado.gov.br/servlets/NJUR.Filtro?tipo=LEI&secao=NJUILEGBRAS&numLei=004117&data=19620827&pathServer=www1/netacgi/nph-brs.exe&seq=000>>. Acesso em: 6. jun. 2004.

CURADO, Isabela. Pesquisa Historiográfica em Administração: uma Proposta Mercadológica. In: ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 25., 2001, Campinas. **Anais**. Campinas, SP: Anpad, 2001.

DELLAGNELO, Eloise Helena Livramento; SILVA, Rosimeri Carvalho da. Análise de conteúdo e sua aplicação em pesquisa na Administração. In: VIEIRA, Marcelo Milano Falcão; ZOUAIN, Deborah Moraes. **Pesquisa Qualitativa em Administração: Teoria e Prática**. Rio de Janeiro: Ed. FGV, 2005.

GODOI, Guilherme Canela de Souza. Históricos e Perspectivas: Uma Análise da Legislação e dos Projetos de Lei sobre Radiodifusão no Brasil. **Cadernos de CEAM: As relações entre mídia e política**, Brasília, ano 2, n. 6, 2001.

LATTMAN-WELTMAN, Fernando. Mídia e transição democrática: a (des)institucionalização do pan-óptico no Brasil. In: ABREU, Alzira Alves de; KORNIS, Mônica Almeida; LATTMAN-WELTMAN, Fernando (org.). **Mídia e Política no Brasil**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2003.

PIERANTI, Octavio Penna. **Políticas Públicas para Radiodifusão e Imprensa: Ação e Omissão do Estado no Brasil pós-1964**. Rio de Janeiro: EBAPE/FGV, 2005. Dissertação de mestrado (mimeo).

VERGARA, Sylvia Constant. **Método de Pesquisa em Administração**. São Paulo: Atlas, 2005.