

RADIODIFUSÃO E TELECOMUNICAÇÕES

Características que devem influenciar Legislação

ROTEIRO

1. Rádio e Televisão Abertos, de recepção livre e gratuita no Brasil

- **Modelo Federativo**
- **Características**
- **Importância**

A) – Geradoras de Televisão – Classificadas por Programação

B) – Geradoras de Televisão – Por Estados

C) - Mercado Publicitário

D) – Rádio e TV Digital Terrestre – Cronograma de Implantação

2. Conteúdos

3. Reflexões sobre o papel da Radiodifusão

4. Radiodifusão e Telecomunicações – Características

1. RÁDIO E TELEVISÃO ABERTOS, 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

ESTADO	TOTAL BRASIL			
	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

2. RÁDIO E TELEVISÃO ABERTOS E GRATUITOS NO BRASIL

CONTEÚDOS

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

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

3. REFLEXÕES SOBRE O MODELO DE RADIODIFUSÃO NO BRASIL

***O Executivo, o Legislativo, os Brasileiros
precisam atuar!***

“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-Informação da “Columbia Business School”)

- ***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 Européia - 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**

4. RADIODIFUSÃO E TELECOMUNICAÇÕES

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

TELESPECTADOR

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

TELECOMUNICAÇÕES

ASSINANTE

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**

- **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.**
- **Comunicação Social abarca a produção, a seleção, a organização, o empacotamento, a programação e abastecimento ou suprimento de conteúdos.**
- **Para que explorem Serviços de Comunicação Social, as Empresas interessadas devem se enquadrar e se submeter ao que determina o Capítulo V da Constituição**

- **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 derogar as definições, as outorgas dos diferentes serviços, criando “fatos consumados”.**