A EMENDA CONSTITUCIONAL Nº 08 E A DESREGULAMENTAÇÃO DA RADIODIFUSÃO BRASILEIRA

Denise Alves dos Santos*

RESUMO: O presente trabalho busca demonstrar como os serviços de radiodifusão encontram-se desregulamentados sob o atual ordenamento jurídico brasileiro, em especial após a edição da Emenda Constitucional nº 08, que distinguiu os serviços públicos de telecomunicação e de radiodifusão sem operar tratamento isonômico quando da sua execução indireta e formas de fiscalização, carecendo urgentemente de atenção por parte do Poder Legislativo.

PALAVRAS-CHAVE: Radiodifusão. Emenda Constitucional. Televisão.

1 INTRODUÇÃO

A televisão é um dos mais importantes meios de comunicação utilizados pelos brasileiros, de acordo com o IBGE sua presença chega a alcançar quase 100% dos lares no país, contudo, tal relevância social não tem sido acompanhada pela importância legislativa conferida ao tema.

Ainda regulada pelo Código Brasileiro de Telecomunicações editado em 1962, a radiodifusão é tema de competência exclusiva da União que pode explorá-la diretamente ou por meio de autorização, concessão ou permissão sem que tenha sido, até hoje, editadas normas eficazes para impedir a entrega discricionária por parte do Poder Executivo de tais serviços públicos.

O que vemos é um serviço de extrema relevância social sendo explorado por longos anos por empresas que isentas de prestar contas a um órgão regulador-fiscalizador, visam apenas o lucro sem qualquer preocupação com o conteúdo transmitido a milhões de brasileiros que têm na televisão sua principal forma de entretenimento.

* Técnica Judiciária do Tribunal de Justiça do Estado de Sergipe. Jornalista. Bacharel em Direito. Especialista em Educação a Distância.

2 BREVE HISTÓRICO DA COMUNICAÇÃO HUMANA E SUAS TECNOLOGIAS

A história da comunicação humana é a história do próprio homem. Até hoje, porém, estudiosos não sabem como os homens começaram a se comunicar, se através de gritos ou grunhidos, gestos ou pela combinação desses elementos. Segundo Bordenave (2002), o certo é que em algum momento da história eles conseguiram criar uma série de signos que associados deram início à linguagem humana.

Desenvolvendo-se em paralelo à história de como o homem começou a se comunicar, encontra-se o desenvolvimento da tecnologia que serviria como suporte para essa comunicação. Bordenave (2002) cita como primórdios de tais suportes, o sinal de fumaça, o tantã, o gongo e o berrante, formas utilizadas pelos homens para vencer distâncias e alcançar lugares além do âmbito familiar e grupal.

Porém foi com a invenção da escrita que a comunicação humana pôde ultrapassar barreiras territoriais. Pois em paralelo ao seu desenvolvimento estava também o aperfeiçoamento dos meios de suporte, primeiro em pedras, depois em couro, a invenção do papel pelos chineses junto com as prensas móveis constituiu um verdadeiro marco no desenvolvimento da comunicação. Mas foi mesmo a prensa aperfeiçoada por Guthemberg durante os anos de 1438-1440 que proporcionou o caráter mundial, dando início à era da comunicação de massa.

> Veja-se como exemplo, o papel que a imprensa desempenhou nas colônias inglesas da América, divulgando e defendendo as ideias visionárias que deram forma à Revolução Americana ou, mais tarde ainda, o papel que desempenhou nos aparelhos de agitação e propaganda para a disseminação das ideias de todos os movimentos ideológicos revolucionários que, a partir do século XIX, se propuseram transformar o mundo (SÁ, 2002, p. 207).

Posteriormente, e dando continuidade ao aperfeiçoamento dos meios de comunicação de massa, surge a possibilidade de transmissão de voz por meio de eletromagnetismo, cuja primeira transmissão registrada foi feita

por um padre brasileiro, Roberto Landell de Moura, em julho de 1900, entre a avenida Paulista e o bairro de Sant'ana, na cidade de São Paulo.

A invenção do rádio foi, portanto, outro marco na história da comunicação humana e em especial da comunicação de massa, uma vez que ela permitiu vencer um obstáculo até hoje presente, o analfabetismo. O rádio tornou-se assim o meio de comunicação de massa mais aceito em todo o mundo até as posteriores invenções: o cinema e a televisão.

A possibilidade de combinar a transmissão de sons e imagens em um mesmo veículo veio superar todas as expectativas no campo da comunicação até então vivenciadas. O cinema antecede a televisão na visualização de imagens em movimento, mas o desenvolvimento de um equipamento de uso particular está em formação desde o ano de 1817, pelo sueco Tons Jacob Berzelius. Em 1923, o russo Vladimir Zworykin inventa o tubo de imagens e a televisão está quase pronta.

Segundo Gontijo (2004, p. 404), os primeiros passos para a televisão comercial se deu na cidade de Nova York através de imagens produzidas pelo Estúdio da RCA (*Radio Corporation of America*). Porém, em 1930 as transmissões tiveram que ser interrompidas devido ao desencadeamento da Segunda Guerra Mundial, fato que forçou a paralisação das pesquisas para fins de aperfeiçoamento dos aparelhos, as quais só retornariam após o conflito em 1945. Em 1950 já existiam nos EUA e na Europa diversos modelos de receptores, estava então concretizado o invento que unindo som e imagem revolucionaria toda a forma até então conhecida de se comunicar.

O Brasil foi o quinto país do mundo a possuir uma emissora de televisão, a PRF3-TV, depois conhecida como Rede Tupi de São Paulo, inaugurada em 18 de setembro de 1950, pelas mãos de Assis Chateaubriand, dono da rede dos Diários e Emissoras Associados.

3 A TV NO BRASIL

É importante observar que a chegada da televisão no Brasil coincide com um período de forte tentativa de integração nacional e afirmação de uma identidade pautada na perspectiva da formação da cultura nacional. Na prática, desde o início, a televisão brasileira nasceu privada e com claras intenções comerciais, baseada no modelo norte-americano.

Cronologicamente, a TV Tupi inaugurada em 18 de setembro de

1950, foi a primeira emissora de televisão no Brasil, sob o controle de Assis Chateaubriand, dono dos maiores jornais impressos em circulação na época. Em 22 de novembro desse mesmo ano são autorizadas as primeiras concessões para TV Record e TV Tupi (São Paulo), TV Jornal do Comércio (Recife).

> Em 1951, já existem, aproximadamente, 7 mil aparelhos de televisão entre São Paulo e Rio de Janeiro. Em 1952, e por vários anos seguidos, os telejornais e alguns programas possuem o nome do patrocinador, como: "Telenotícias Panair", "Repórter Esso", "Telejornal Bendix", "Reportagem Ducal", "Telejornal Pirelli", "Gincana Kibon", "Sabatina Maizena", "Teatrinho Trol". O valor para a compra de um televisor é três vezes maior que a mais sofisticada radiola do mercado e um pouco mais barato que um carro. Por isso, existem apenas 11 mil televisores (TUDO SOBRE TV, 20 abr. 2012).

Em 1954, o número de aparelhos de televisão no Brasil chega a 34 mil. E esse número só cresceu com o passar dos anos permitindo que, em 1956, pela primeira vez, as três emissoras de TV de São Paulo arrecadassem mais do que as treze emissoras de rádio existentes. Calcula-se que, naquele ano, a TV tenha atingido cerca de um milhão e meio de telespectadores em todo o Brasil e cerca de 141 mil aparelhos de televisão.

O rápido crescimento da massiva presença da TV nos lares brasileiros indicava que esse fenômeno só iria aumentar, a ponto de, em 1958, o país contar com aproximadamente 344 mil aparelhos de televisão, o dobro de dois anos anteriores, de acordo com informações do Site – *Tudo Sobre TV*. Cabe lembrar que, naquela época, não havia cobertura nacional das torres de transmissão de imagens, sendo a maior parte das transmissões restritas às regiões Sul e Sudeste do Brasil.

A partir de 1960 são criadas novas emissoras de TV, dentre elas a TV Excelsior, TV Paranaense, TV Cultura de São Paulo e a TV Itapoan, a primeira emissora de televisão baiana, mas também pertencente aos Diários Associados de Assis Chateaubriand.

Em 1962, Roberto Marinho ganha as concessões dos canais de TV no

Rio de Janeiro e em Brasília e assina contrato com o grupo americano *Time Life* para aquisição de aparelhos sofisticados de transmissão e treinamento especializado para seus profissionais visando a criação da TV Globo. Este acordo era proibido pela então vigente Constituição Federal do Brasil e fez toda a diferença no futuro da TV brasileira, pois provocou um diferencial enorme de qualidade, especialmente técnico, em relação às outras emissoras.

Entretanto, mesmo com a criação de mais emissoras, o conteúdo por elas oferecido aos telespectadores é formado tradicionalmente pela mesma fórmula: telejornais, telenovelas, desenhos, filmes e, mais tarde, por programas esportivos. Grande parte do avanço percebido no que se refere à TV diz respeito ao desenvolvimento tecnológico do próprio aparelho. Em 1963, chegou ao Brasil os primeiros aparelhos com imagem colorida – devido grandes investimentos em equipamentos de produção e formação profissional para atuação no meio televisivo.

A TV é encarada como um veículo de grande potencial explorado exaustivamente por anunciantes em busca de novas vitrines para os seus produtos. Os programas em si se tornam secundários, meros intervalos que justificavam a inserção das propagandas.

A TV Globo, desde o início, foi administrada por profissionais preparados longamente nos Estados Unidos. Um exemplo disso foi o principal diretor - Walter Clark, o qual introduziu o pacote publicitário em que o anunciante só podia colocar o seu produto no horário nobre se comprasse também em outros horários. Isso demonstrava o 'padrão Globo de qualidade', deixando claro desde o início a visão comercial da emissora.

Em 1969, a *Time Life* retira-se da Rede Globo e esta finalmente se nacionaliza e se prepara para operar em rede nacional. O Departamento de Pesquisa é criado por Boni, e busca analisar comportamentos, tendências e demandas dos espectadores, baseado em amostragem das grandes cidades brasileiras.

A televisão, desse modo, pode antecipar as demandas em massa do público. Começa um processo de investigação sobre o público de cada programa, suas especificidades e necessidades, bem como a corrida pela conquista dos que não assistiam àquela programação.

Em 1977 a televisão concentra 55,8% das verbas

> de publicidade, sendo que a TV Globo absorve 85% dos investimentos, a TV Tupi com 11% e o restante com as outras quatro emissoras. No Brasil, 50% dos domicílios não possuem televisão e, dos que possuem, 80% localiza-se nas regiões Sul e Sudeste. Uma pesquisa realizada em 1978, em nível nacional, pela ABEPEC, sobre a televisão brasileira constata que as telenovelas já ocupam 12% do total da programação, enquanto os filmes ocupam 22% do tempo total. É constatado também que, durante a primeira semana de março, 48% de toda a programação transmitida pela TV brasileira é importada.
>
> Em 1985 em reportagem publicada na revista *Status*, cita sobre os 20 anos da Rede Globo: quarta maior rede de televisão comercial do mundo (só superada pelas norte-americanas BBS, ABC e NBC); primeira em volume de produção (80%); cobre 98% do território nacional (cinco estações e 51 afiliadas); 12 mil funcionários (1.500 vinculados à produção de 2h40min diárias de ficção); detém 70% de audiência (82% no pique das oito); detém quase a metade das verbas do mercado publicitário brasileiro, avaliado em US$ 550 milhões; e exporta programação para 128 países (TUDO SOBRE TV, 20 abr. 2012).

Apesar de ter apresentado alguns momentos de queda de audiência desde a sua fundação, a TV Globo se destacou sobre todas as demais emissoras e conquistou com sua grade de programação, baseada principalmente em novelas e telejornais, a audiência não apenas do público brasileiro, mas também o estrangeiro, em virtude da exportação de suas produções.

O sucesso da televisão no Brasil é tão grande que, em 1996, o Brasil era o sexto produtor de aparelhos de TV, produzindo cerca de 7,5 milhões e é o terceiro maior consumidor, perdendo apenas para os EUA e Japão.

3.1 A PRESENÇA DA TV NOS LARES BRASILEIROS

Em 2013, conforme Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios

- PNAD realizada pelo IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística[1], dos 62,9 milhões, de lares brasileiros, atualmente, 96,88% da população possuem em suas residências televisores.

Dessa forma, um meio de comunicação com tal presença nos lares, exige regulamentação para melhor aproveitamento em favor do povo brasileiros a ele exposto.

4 A CONSTITUIÇÃO DE 1988 E A EMENDA Nº 08

Quando da elaboração da Constituição Federal do Brasil em 1988, esta estabelecia em seu texto original no Art. 21 ser competência da União:

> XI - explorar, diretamente ou mediante concessão a empresas sob controle acionário estatal, os serviços telefônicos, telegráficos, de transmissão de dados e demais serviços públicos de telecomunicações, assegurada a prestação de serviços de informações por entidades de direito privado através da rede pública de telecomunicações explorada pela União.

Pode-se perceber que o mesmo artigo trata dos "os serviços telefônicos, telegráficos, de transmissão de dados e demais serviços públicos de telecomunicações". Todos de competência da União e por ela explorados direta ou indiretamente.

Ocorre que no ano de 1995 a Emenda Constitucional nº 08 alterou drasticamente a redação do artigo 21, XI, ficando assim estabelecido:

> Explorar, diretamente ou mediante autorização, concessão ou permissão, os serviços de telecomunicações, nos termos da lei, que disporá sobre a organização dos serviços, a criação de um órgão regulador e outros aspectos institucionais.

Com a Emenda Constitucional nº 08, o inciso XI se refere apenas aos serviços de telecomunicação fazendo uma clara distinção entre esses serviços e os de radiodifusão, até então tratados como um mesmo grupo. Os serviços de telecomunicação passam a ser entendidos como serviços de telefonia e os de radiodifusão passam a compor o inciso XII do mesmo artigo.

Isso porque até a Constituição de 1988, telefonia e radiodifusão estavam sob a mesma incidência legal, o Código Brasileiro de Telecomunicações, criado em 1692 e eram ambos considerados serviços de telecomunicações.

Com a mudança ocorrida através da Emenda Constitucional n.º 08/95, houve alteração no texto constitucional para diferenciar os dois serviços e consequentemente seu modo de regulamentação. Enquanto que a telecomunicação seria explorada 'nos termos da lei', a radiodifusão continua sendo explorada direta ou indiretamente pela União sem qualquer referência ao controle legislativo.

A emenda alterou também a participação do capital nas empresas de telecomunicação, antes '*sob controle acionário estatal*' passou a permitir a exploração privada do setor. No ano seguinte, o Executivo decidiu abrir à competição o serviço de telefonia móvel e em 1997 o governo enviou ao Congresso uma ampla proposta de legislação para o setor, a Lei Geral de Telecomunicações, Lei 9.472 de 1997, para substituir parcialmente o Código Brasileiro de Telecomunicações.

A nova lei autorizou o governo a privatizar o Sistema Telebrás e garantiu a criação da Agência Nacional de Telecomunicações – ANATEL, com a finalidade de implementar a política de telecomunicações visando a ampliação e universalização dos serviços.

O novo ordenamento legal substituiu o modelo monopolista estatal, pondo fim ao papel concedente da União. Terminava assim a era da atuação direta do Estado na operação dos serviços de telecomunicações. O Estado agora deixava de exercer o papel de provedor dos serviços de telecomunicações e passava a regulamentar o setor.

Essas mudanças culminaram na privatização da Embratel em 1998, adquirida pela empresa norte-americana MCI World Com, após completar 33 anos de atividades.

> Privatizar a Embratel foi parte de um processo mais amplo que envolveu a quebra do monopólio estatal no setor de telecomunicações, a venda das empresas que operavam no setor (as Teles. Estaduais, a Embratel e a Telebrás) e que foi conduzido pelo Ministro das Comunicações Sérgio Motta (FILHO, 2002, p. 09).

Enquanto as telecomunicações, leia-se telefonia, ficaram regidas pela

Lei 9.472 de 1997 conhecida como a Lei Geral de Telecomunicações, que revogou parcialmente o antigo Código Brasileiro de Telecomunicações e criou a Agência Nacional de Telecomunicações – ANATEL - órgão de fiscalização das telecomunicações, a radiodifusão não estaria submetida ao controle da Agência, exceto quanto a aspectos técnicos, como dispõe o Art. 211 da Lei 9.472/97:

> Art. 221 - A outorga dos serviços de radiodifusão sonora e de sons e imagens fica excluída da jurisdição da Agência, permanecendo no âmbito de competências do Poder Executivo, devendo a Agência elaborar e manter os respectivos planos de distribuição de canais, levando em conta, inclusive, os aspectos concernentes à evolução tecnológica.
> Parágrafo único. Caberá à Agência a fiscalização, quanto aos aspectos técnicos, das respectivas estações.

Dessa forma, a radiodifusão permanece sob a regência do Código Brasileiro de Telecomunicações, vale lembrar, editado em 1962. Informação confirmada inclusive no próprio site do Ministério das Comunicações que, tratando sobre a radiodifusão, se reporta ao Código Brasileiro de Telecomunicações:

> De acordo com o Código Brasileiro de Telecomunicações (CBT), a radiodifusão é um serviço "destinado a ser recebido direta e livremente pelo público em geral, compreendendo a radiodifusão sonora – popularmente conhecida como 'rádio' – e a televisão (Ministério das Comunicações, 2012).

E quando trata de telecomunicação, se reporta à Lei Geral das Telecomunicações: "De acordo com a Lei Geral de Telecomunicações (Lei nº 9.472, de 16 de julho de 1997), serviços de telecomunicações são um conjunto de atividades que possibilita a oferta de telecomunicação." (Ministério das Comunicações, 2012).

Outra diferença operada com a Emenda nº 08, foi que, apesar dos serviços de radiodifusão serem previstos constitucionalmente como em

regime de concessão, permissão ou autorização por parte da União, eles nem ao menos estão submetidos à Lei nº 8.987, de 13 de fevereiro de 1995 que dispõe sobre o regime de concessão e permissão da prestação de serviços públicos, pois dispõe no art. 41. *"O disposto nesta Lei não se aplica à concessão, permissão e autorização para o serviço de radiodifusão sonora e de sons e imagens"*.

A Constituição não definiu no art. 175 o que viria a ser serviço público, estabelecendo somente contornos gerais para sua identificação:

> *(i)* a competência para a sua prestação é do poder público; *(ii)* essa prestação pode ocorrer diretamente pelo Estado ou sob regime de concessão ou permissão; e *(iii)* nos casos em que a exploração não se dá diretamente pelo Estado, a escolha da prestadora deverá se dar sempre por meio de licitação (Wimmer, 2009, p. 3).

O serviço de radiodifusão pode ser considerado um serviço essencialmente público e como tal tratado. De acordo com o art. 223, da Constituição Federal: "*Compete ao Poder Executivo outorgar e renovar concessão, permissão e autorização para o serviço de radiodifusão sonora e de sons e imagens, observado o princípio da complementaridade dos sistemas privado, público e estatal*", com a posterior apreciação pelo Congresso Nacional, de acordo com o parágrafo primeiro do mesmo artigo.

> Na realidade, o Congresso pouco interfere no processo de escolha e análise dos candidatos a ofertar o serviço público de radiodifusão, apesar de o art. 49, XII da CF dizer que compete exclusivamente ao Congresso Nacional "apreciar os atos de concessão e renovação de concessão de emissoras de rádio e televisão" (JUNIOR, 2009, p.40).

Salientamos que, enquanto a concessão/permissão é de responsabilidade exclusiva do Presidente apreciada pelo Congresso, a sua cassação antes do prazo, depende de autorização judicial e de todo trâmite jurídico até o efetivo trânsito em julgado da decisão. Existindo uma facilitação no

processo de conceder e um procedimento muito mais complexo para que se opere a retirada do serviço.

Apesar de não estar prevista na Lei nº 8.987/95, em 1996 foi editado o Decreto 2.108 de 1996[2], que estabeleceu a exigência de licitação aos interessados a executar o serviço de radiodifusão de sons e imagens, cuja abertura é de responsabilidade do Ministério das Comunicações, minimizando o poder de outorga discricionária concedido ao Presidente da República, com o intuito de oferecer tratamento isonômico aos participantes.

Contudo, mesmo com as regras estabelecidas, tem prevalecido o oligopólio das emissoras de televisão, devido ao critério de desempate com maior peso para o melhor preço oferecido.

> Segundo dados do próprio Ministério, das 9.719 propostas técnicas apresentadas em procedimentos licitatórios desde 1997, 8.812 (90,67%) alcançaram nota máxima em todos os quesitos de avaliação e 310 (3,19%) receberam nota entre 99 e 99,999. Na maior parte dos procedimentos licitatórios, todos os concorrentes empataram na avaliação técnica, e foi a proposta de preço que definiu o vencedor (LOPES, 2011).

Prometendo oferecer o melhor conteúdo à população com o menor custo para o Estado, as emissoras de televisão descobriram que com a falta de fiscalização do setor não há necessidade de cumprir a proposta.

Apesar de prever o não monopólio em seu Artigo 220, §5º - *Os meios de comunicação social não podem, direta ou indiretamente, ser objeto de monopólio ou oligopólio*, pesquisas demonstram que não existe o devido cuidado quando da análise nos critérios de seleção para os pretensos cessionários.

> De acordo com pesquisa feita pelo Instituto de Estudos e Pesquisas em Comunicação (Epcom, 2002), as seis principais redes de televisão privadas reuniam 140 grupos afiliados, detentores, por sua vez, de 667 meios de comunicação, divididos entre 294 emissoras geradoras de TV em VHF, 15 em UHF, 122 emissoras de rádio OM, 184 FM, dois

> OT e 50 jornais e revistas. De acordo com uma atualização parcial dessa pesquisa, feita em 2005 pelo Fórum Nacional pela Democratização das Comunicações (FNDC), as seis principais redes comerciais de televisão teriam 263 emissoras afiliadas de um total de 332 existentes no país (nessa mídia) (Pieranti, 2008. p. 313).

Perpetuam-se os conglomerados midiáticos presentes no país desde a época dos Diários Associados de Assis Chateaubriand. Isso demonstra a contínua concentração dos meios de comunicação nas mãos de poucas empresas de comunicação as quais, em sua maioria, são pertencentes a grupos políticos.

Em sua dissertação de mestrado publicada em 2009, intitulada: "Sistema Central de Mídia: proposta de um modelo sobre os conglomerados de comunicação no Brasil", James Görgen, verificou que, dos 1.310 principais veículos de comunicação no Brasil, 383 pertenciam às Organizações Globo, enquanto que a segunda emissora com mais veículos de comunicação, o SBT, possui metade desse número. Destacando a Globo como o principal conglomerado do Sistema Central de Mídia do Brasil.

> São 40 grupos afiliados que juntos detêm 111 emissoras de TV, 168 rádios comerciais, uma rádio comunitária, 37 jornais, 27 revistas, 9 operadoras de TV a cabo, 10 de MMDS, 1 de DTH, 2 canais TVA e 17 programadoras de TV por assinatura. Em termos percentuais, o grupo carioca, controlado pela família Marinho, distribui conteúdo para 26% das geradoras de televisão, 4% das rádios e 3,6% dos jornais do país. Além disso, controla a maior rede de televisão do Brasil e três de rádio, entre elas a maior de rádio AM e a maior de rádio FM, e um sistema de retransmissão de televisão com 3.305 estações, ou 33% da base instalada. […] No âmbito político, o conglomerado carioca é o que mais mantém relações de associação. São 26 políticos – entre prefeitos, deputados, senadores e ex-governadores - em 13 Estados. São afiliados da Globo os grupos de mídia das famílias Sarney (MA), Magalhães (BA), Inocêncio de Oliveira (PE),

> Alves (RN), Albano Franco (SE), Maiorana (PA), Collor de Mello (AL), Lindenberg (ES) e Agripino Maia (RN). (GÖRGEN,2009, p. 100-102).

A Emenda Constitucional nº 08 da Constituição de 1988 acabou assim, por desregulamentar as transmissões de rádio e TV, que sob a égide parcial do Código Brasileiro de Telecomunicações e não submetida à nova Lei das Telecomunicações, nem a qualquer tipo de fiscalização oficial, tem seu mecanismo de funcionamento regido pelos interesses privados de seus proprietários e nenhum controle sobre o conteúdo veiculado.

5 CONCLUSÃO

Como podemos perceber, a televisão nunca possuiu uma legislação própria, estando ainda hoje submetida ao Código Brasileiro de Telecomunicações que não acompanhou as mudanças operadas nos últimos anos, nem se adequa à importância social conferida à TV pelos brasileiros.

Não parece haver interesse político nem econômico em criar uma legislação que exija o cumprimento de preceitos constitucionais e que submeta os conglomerados televisivos ao controle e fiscalização de Agências reguladoras como o ocorrido com a telefonia.

É de extrema importância o posicionamento da sociedade civil em exigir que a radiodifusão, em especial a televisão, seja alvo de projetos legislativos que visem proteger os telespectadores de conteúdos transmitidos exclusivamente com o objetivo da obtenção de lucros, sem qualquer preocupação social com a população brasileira.

CONSTITUTIONAL AMENDMENT NO. 08 AND DEREGULATION OF BRAZILIAN BROADCASTING

ABSTRACT: This study aims to demonstrate how broadcasters are deregulated under current Brazilian law, especially after the enactment of Constitutional Amendment 08, which distinguished the public telecommunications services and broadcasting without operating isonomic treatment when its execution indirect methods of supervision and lacking urgently addressed by the legislature.

KEYWORDS: Broadcasting. Constitutional amendment. Television.

Notas

[1] http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv66777.pdf

[2] http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/d2108.htm

REFERÊNCIAS

BRASIL. Constituição (1988). *Constituição da República Federativa do Brasil***.** Brasília, DF: Senado, 1988.

_____. Lei 4.117 de 27 de agosto de 1962. Institui o Código Brasileiro de Telecomunicações. Diário Oficial da União, Brasília, DF. 5 de out. 1962. Alterada pela Lei 10.610 de 20 de dez. 2002. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L4117Compilada.htm>. Acesso em 24 jan. 2012.

_____. Lei nº 8.987, de 13 de fevereiro de 1995. Dispõe sobre o regime de concessão e permissão da prestação de serviços públicos previsto no art. 175 da Constituição Federal, e dá outras providências. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8987cons.htm>. Acesso em 20 out. 2014.

_____. Decreto nº 2.108, de 24 de dezembro de 1996. Altera dispositivos do Regulamento dos Serviços de Radiodifusão, aprovado pelo Decreto nº 52.795, de 31 de outubro de 1963, e modificado por disposições posteriores. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/d2108.htm> Acesso em 20 out. 2014.

_____. Lei Nº 9.472, de 16 de julho de 1997. Dispõe sobre a organização dos serviços de telecomunicações, a criação e funcionamento de um órgão regulador e outros aspectos institucionais, nos termos da Emenda Constitucional nº 8, de 1995. Disponível em < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9472.htm >. Acesso em 20 out. 2014.

BORDENAVE, Juan E. Díaz. *O que é comunicação*. 1. ed. São Paulo: Brasiliense, 1982. 106 p.

FILHO, José Eduardo Pereira. *A Embratel: da era da intervenção ao tempo da competição*. Revista de sociologia e política Nº 18: 33-47 JUN. 2002.

GONTIJO, Silvana. *O livro de ouro da comunicação.* São Paulo: Ediouro, 2004. 463 p.
GÖRGEN, James. *Sistema Central de Mídia: proposta de um modelo sobre os conglomerados de comunicação no Brasil.* Porto Alegre, 2009. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação – Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação). Disponível em <http://www.planejamento.gov.br/secretarias/upload/Arquivos/seges/EPPGG/producaoAcademica/Dissertacao_JAMESGORGEN.pdf>. Acesso em 30 jul. 2012.
JUNIOR, Antônio Jorge Pereira. *Direito de formação da criança e do adolescente em face da TV comercial aberta no Brasil*: o exercício do poder-dever de educar diante da programação televisiva. São Paulo, 2006. Tese (Doutorado em Direito). Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo. Disponível em <http://serv01.informacao.andi.org.br/-79c2f01_115d80a527a_-7ffe.pdf>. Acesso em 22 de jan. 2012.
LOPES, Cristiano Aguiar. Outorgas de radiodifusão: Critérios técnicos não servem para nada. *Observatório da Imprensa.* 08/02/2011 na edição nº 628. Disponível em <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/imprimir/18555> Acesso em 20. Out. de 2014.
Pesquisa Nacional por amostras de Domicílios (PNAD). Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Rio de Janeiro. 2013. Disponível em < http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv66777.pdf > Acesso em 20 out. 2014.
PIERANTI, Octávio Penna; MARTINS, Paulo Emílio Matos. *Políticas públicas para as comunicações no Brasil*: adequação tecnológica e liberdade de expressão. Revista de Administração Pública. Rio de Janeiro. Mar/Abr 2008. p. 303-325.
SÁ, Fernando. *Deu no jornal*: o jornalismo impresso na era da Internet. Rio de Janeiro: PUC, 2002.
TUDO SOBRE TV. Home Page. Disponível em <http://www.tudosobretv.com.br/> Acesso em 20 abr. 2012