Rádios e TVs crescem com o festival de concessões

*Jair Borin**

O segmento dos meios de comunicação de massa que mais cresceu nos últimos quatro anos no Brasil foi o de radiodifusão e de televisão. Como decorrência do festival de concessões do governo Sarney, as emissoras de ondas médias (AM) passaram de 1.252, em 1988, para 1.557, em 1990 (expansão de 24%), enquanto o número de FMs saltou de 617, naquele ano, para 1.215, até junho último, registrando um incremento de 97%. A grande maioria dos beneficiados por essas concessões são políticos ligados às oligarquias tradicionais nos Estados das regiões Centro-Oeste, Norte e Nordeste. No Sul e Sudeste do país, as outorgas de emissoras beneficiaram algumas empresas tradicionais da área de comunicação e políticos representantes das classes mais privilegiadas da população. De maneira geral, também, foram brindados com concessões os políticos que apoiaram o mandato de cinco anos para o então presidente da República.

O segmento das rádios emissoras, ao contrário do que ocorre na maioria dos países desenvolvidos, é considerado o primo - pobre do setor da comunicação de massa no Brasil. Ele fatura apenas 6% do bolo

* Chefe do departamento de jornalismo e editoração da Escola de Comunicação e Arte (ECA) da Universidade de São Paulo (USP).

publicitário nacional, da ordem de 3 bilhões de dólares. As emissoras de rádio, bem como as de televisão, são concessões do governo federal. O sistema de outorga dessas concessões não foi alterado pela Constituição aprovada em 1988, apesar da luta de vários setores da sociedade contra esta tutela do Estado. O governo federal é quem decide para quem e como dar essas concessões, que podem ser cassadas caso as emissoras desrespeitem uma série de medidas legais. Pela Constituição atual, foi criado um Conselho composto por representantes do Legislativo e da sociedade para acompanhar essas concessões, mas seu poder é apenas consultivo.

Atualmente, o setor de comunicações está subordinado ao Ministério da Infra-Estrutura (Minfra) — órgão oficial que normatiza a área de rádio e televisão no Brasil, através da Secretaria Nacional de Comunicação. Existiam no país 1972 emissoras de rádio em operação, até dezembro de 1989. Desse total, 1.252 eram AM, enquanto 76 operavam em OT, 27 em OC (ondas curtas) e 617 em FM. Com as concessões ocorridas durante o governo Sarney, esses números cresceram cerca de 50%, no total, conforme a tabela fornecida pela Secretaria Nacional de Comunicação:

Resumo das estações outorgadas					
Serviços	*Outorgados total*	*Licenciados*	*Em instalação*	*Comercial*	*Educacional*
O. Média	1.557	1.398	159	1.544	13
O. Tropic	83	79	4	82	1
O. Curta	33	30	3	24	9
Freq. Mod	1.215	912	303	1.166	49
Total	2.888	2.419	469	2.816	72

Esta estatística refere-se a 31/07/91.

.

Atualmente, a principal rede de emissoras de rádio em operação no Brasil é a L&C (Luís Casali & Carlos Colesanti), com 172 emissoras.

Em segundo lugar figura a Igreja Católica, com 110 emissoras. Entretanto, a rede da Igreja não chega a constituir uma cadeia de emissoras uma vez que a maioria delas está arrendada ou cedida a particulares para que as explorem comercialmente. O Sistema Globo de Rádio (SGR) vem em terceiro lugar, operando 25 emissoras de porte e mais 32 afiliadas.

Embora haja um número expressivo de rádios instaladas no Brasil, o domínio da radiodifusão nas grandes capitais está nas mãos de 88 emissoras AM e 94 FM que operam nas grandes capitais de Estado, no Distrito Federal e nas principais cidades brasileiras.

A região Sudeste concentra as principais emissoras bem como o faturamento do setor, sendo a que melhor representa o segmento de rádio emissão brasileiro. Nos quatro estados da região (SP, MG, RJ e ES), havia 592 emissoras instaladas até 1987. Nos últimos três anos, foram outorgadas 508 novas emissoras AM e FM nessa mesma região. Isto lhe assegura cerca de 40% do total das emissoras em operação no país.

Fora da área operacional das grandes emissoras, uma das características da grande maioria das rádios regionais é que elas só contam com uma pequena parcela de seus horários de programas próprios. A programação básica provém de emissoras de São Paulo e do Rio de Janeiro. O jornalismo local é pouco trabalhado, enquanto a maior parte de seu noticiário corresponde a aqueles transmitidos pelas emissoras de grande porte ou pelos jornais (impressos) diários. Levantamento preliminar do Sindicato dos Radialistas do Estado de São Paulo indica que apenas 8% das emissoras da região Sudeste operam com programação própria e uma equipe de reportagem. Só as grandes emissoras das principais cidades da região contam com uma redação de apoio ao seu radiojornalismo. Mesmo assim, as equipes são reduzidas, não ultrapassando 20 profissionais de imprensa.

As emissoras também não são comercialmente fortes. No Brasil, existe muita concorrência entre elas, em busca da publicidade, e poucas respeitam a tabela de preços para o anunciante, valendo, na prática, um frequente leilão para baixo. Dessa forma, apenas 6% da verba publicitária brasileira é abocanhada pelas emissoras de rádio.

Pelas cifras de 1987 da Associação Brasileira das Indústrias Eletro-Eletrônicas (Abinee), o Brasil contava com cerca de 57 milhões de receptores de rádio. O levantamento indica uma média de 2,3 aparelhos por residência, sendo que pelo menos 50% desse total estão na região Sudeste.

Dessa forma, podemos concluir que o rádio é o veículo mais importante no Brasil, do ponto de vista da comunicação de massa. Todavia, sua programação é deficiente e não atende às expectativas da grande maioria de seus ouvintes. Por outro lado, o anunciante brasileiro não acredita na eficiência do rádio para vender seus produtos.

Televisão no Brasil

Até 1987, existiam 169 emissoras de TV em operação no Brasil, estando a maioria concentrada nas regiões Sul e Sudeste. Entretanto, este segmento de telecomunicações também não ficou imune ao festival de concessões do presidente Sarney. Atualmente, segundo a Secretaria Nacional de Comunicação no Minfra, existem 252 emissoras de televisão outorgadas, sendo que 50 delas estão em instalação. A Rede Globo de Televisão constitui hoje o maior grupo da América Latina, com 86 emissoras em operação, seguida do Sistema Brasileiro de Televisão (SBT), da Manchete e da Bandeirantes. Das 252 emissoras de televisão brasileiras, 20 não são comerciais e constituem uma importante área ligada à educação, através de fundações ou universidades.

Como no caso do rádio, a televisão está fortemente concentrada na região Sudeste, sendo que pelo menos 35 novas emissoras foram instaladas nos dois últimos anos nessa região.

A TV é o segmento empresarial no ramo das comunicações que mais participa do bolo publicitário, abocanhando cerca de 51% do total. A Rede Globo de Televisão é o conjunto mais forte, operando atualmente com 86 emissoras e faturando cerca de 350 milhões de dólares por ano. Em segundo lugar vem o Sistema Brasileiro de Televisão (SBT), do empresário Silvio Santos, com 46 emissoras e que fatura cerca de 80 milhões de dólares por ano. Em terceiro lugar está a Manchete, com um faturamento da ordem de 52 milhões de dólares, enquanto a Rede Bandeirantes fatura 40 milhões (veja quadro).

Uma característica básica dos sistemas de televisão em operação no Brasil é que, ao inverso do que ocorre nos jornais diários, eles operam com uma programação jornalística para um público nacional, padronizando hábitos, costumes e o próprio consumo. Assim, os noticiários são veiculados para todo o país, enquanto os anúncios publicitários das principais emissoras obedecem a um mesmo esquema. Paradoxalmente, pode-se dizer que não há no Brasil um jornal (impresso) nacional, uma vez que eles são consumidos quase que exclusivamente nos Estados onde são editados. Entretanto, as grandes

emissoras de televisão mantêm programas para todo o país e conseguem índices de audiência expressivos em quase todos os Estados, mediante um sistema nacional de noticiário, além da valorização do jornal regional.

As emissoras que operam regionalmente sempre estão vinculadas de forma direta ao programa dessas grandes emissoras instaladas no Rio de Janeiro (Globo e Manchete) ou em São Paulo (SBT e Bandeirantes).

As 20 emissoras não comerciais são mantidas por iniciativa de governos estaduais, fundações de ensino ou por universidades. Elas têm presença pouco expressiva nos índices de audiência e procuram transmitir mais uma programação cultural e educativa. Cinco delas operam há alguns anos, sendo a mais antiga a TV Cultura Canal 2, de São Paulo, que consegue em alguns programas até 6 pontos percentuais de audiência, o que significa algo em torno de 400 mil telespectadores. O conjunto das TVs educativas pouco representa no sistema televisivo brasileiro, seja pela falta de recursos para ampliar suas programações, seja pelo pouco alcance de suas transmissões. A TV Cultura de São Paulo é a única que consegue transmitir para uma área regional da ordem de uns 300 municípios brasileiros, localizados no Estado de São Paulo e sul de Minas.

Fonte: Agências brasileiras de publicidade.

TVs - Receita operacional bruta (US$ milhões - médias dos anos 88/89)	
TV Globo (Rio e São Paulo	350
Sistema Brasileiro de Televisão	80
TV Manchete (Rio	52
TV Bandeirantes (São Paulo)	40
Outras (Brasil)	516
Total	1038

Fonte: Agências brasileiras de publicidade.