

SOCICOM ENTREVISTA

SÉRGIO MATTOS

Agência Brasileira do ISBN

ISBN 978-85-64594-05-0



9 788564 594050



DIRETORIA SOCICOM (2012 - 2014)

Margarida Maria Krohling Kunsch
Presidente

Maria Berenice da Costa Machado
Vice-presidente

Maria Cristina Gobbi
Diretora administrativa

Dione Oliveira Moura
Diretora de relações nacionais

Conselho Fiscal

Anita Simis (ULEPICC Brasil)
Eneus Trindade Barreto Filho (ABP2)
Adolpho Carlos Françoso Queiroz (Politicom)

Conselho Deliberativo

José Marques de Melo (Intercom)
Presidente

SOCICOM ENTREVISTA

Organizadores

Maria Berenice Machado
Ruy Sardinha Lopes

Editoração

Aline Piffero Becker



Maria Berenice Machado
Ruy Sardinha Lopes
(Organização)

SOCICOM Entrevista: Sérgio Mattos

1ª edição

São Paulo
Socicom
2014

Ficha Catalográfica

Catálogo na Publicação
Serviço de Biblioteca e Documentação
Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo

S678e SOCICOM entrevista : Sérgio Mattos / Maria Berenice Machado,
Ruy Sardinha Lopes (Organização) - São Paulo : Socicom, 2014.
17 p.

ISBN 978-85-64594-05-0

1. Entrevista jornalística - Brasil 2. Jornalistas – Brasil
3. Mattos, Sérgio I. Machado, Maria Berenice II. Lopes, Ruy Sardinha

CDD 21.ed. – 079.81

APRESENTAÇÃO

Com o intuito de promover a discussão mais ampla do papel das comunicações e da necessidade de políticas públicas, democráticas e inclusivas, para o setor, a SOCICOM inaugura com esta edição uma série de entrevistas com renomadas personalidades do cenário acadêmico, político e da sociedade civil em nosso país.

Nesta edição inaugural SOCICOM Entrevista traz a contribuição de Sérgio Mattos, jornalista diplomado pela UFBA, Mestre e Doutor em Comunicação pela Universidade do Texas, Austin, Estados Unidos, professor da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia (UFRB). Sérgio é ainda autor de 47 livros e de dezenas de artigos e de capítulos de livros.

Em visita à Universidade Federal de Sergipe, a convite do grupo de pesquisa Comunicação, Economia Política e Sociedade (CEPOS) e do Observatório de Economia e Comunicação (OBSCOM), coordenados por César Bolaño e Verlane Aragão respectivamente, Sérgio Mattos, na significativa data de 01/04/2014, falou sobre a interferência do regime militar no jornalismo, a relação entre as empresas de rádio e televisão e o período ditatorial, as consequências dessa relação na organização do sistema de mídia atual do Brasil e os desafios e perspectivas para uma política democrática de comunicações.

Nessa entrevista, Sergio Mattos mostra o quanto os meios de comunicação tradicionais eram fortemente dependentes dos militares, que foram responsáveis pela ação e implantação da infraestrutura para a expansão da televisão em rede nacional. Além da infraestrutura, segundo Mattos, a relação entre mídia e regime militar foi marcada pela interferência no conteúdo, através da censura, e pela "influência exercida pela concentração da publicidade nos órgãos que defendiam o ponto de vista do governo, que praticamente funcionavam como porta-vozes ou suporte das suas decisões".

Ressaltando que a transição para o período democrático não conseguiu alterar as relações entre poder político e poder econômico no campo das comunicações, Sérgio reafirma a necessidade premente de construção de um novo modelo de comunicação, em que esteja garantida a diversidade e o pluralismo. Assim, a aprovação de um novo marco regulatório para o setor, além de uma maior atenção das universidades, por meio de pesquisas e reflexões, nos assuntos que envolvem o mercado brasileiro de televisão tornam-se pontos centrais para a democratização do setor.

A presente entrevista foi conduzida por Paulo Victor de Melo e Cesar Bolaño, pesquisadores da Universidade Federal de Sergipe, a quem também agradecemos.

A todos uma boa leitura!

Maria Berenice da Costa Machado e Ruy Sardinha Lopes
Coordenadores da Comissão 2 - Articulação para ação junto à sociedade civil
com vistas à contribuição da área de Comunicação para políticas públicas.

SOCICOM/ Gestão 2013-14

SOCICOM ENTREVISTA: SÉRGIO MATTOS

Paulo Victor Melo – *Professor Sergio Mattos, o senhor tem se dedicado há alguns anos a estudar a relação da imprensa brasileira com o período do regime militar. Quais foram as principais características dessa relação entre mídia e a ditadura militar no Brasil?*

Sérgio Mattos – Na verdade, concentrei mais esforço e atenção à televisão brasileira, o tipo de interferência que ela sofreu durante do regime militar. Foi no período do regime militar que aconteceu o boom de crescimento da televisão brasileira. Então achei que era interessante ver que tipo de influência aconteceu e se ela foi benéfica ou maléfica. Comecei a estudar isso com minha tese de mestrado, que eu fiz na Universidade do Texas, quando abordei o impacto do golpe militar no desenvolvimento da televisão brasileira. Dei prosseguimento aos estudos da televisão com o doutorado e com vários livros que tenho publicado sobre o tema

Já o restante das mídias, principalmente o jornalismo impresso, veio posteriormente em meus estudos, mas continuo produzindo papers e fazendo outras derivações da influência do poder constituído em relação ao desenvolvimento da mídia. Direciono também parte de minha pesquisa para os efeitos da censura. Sobre a censura na imprensa brasileira tenho três livros e uma porção de artigos e capítulos de livros publicados. Então esses, além da história da mídia, têm sido os meus focos de pesquisa quando o assunto é mídia e regime militar no Brasil.

Paulo Victor Melo – *Nesse aspecto que você falou do crescimento da TV, em que medida o regime militar contribuiu para a expansão da TV em nosso país?*

Sérgio Mattos – Uma das medidas do regime militar foi a execução de um planejamento oficial, no sentido de desenvolver o país, em diversas áreas e um dos setores considerados como prioritário, eram as telecomunicações. E no caso específico do desenvolvimento das telecomunicações, os governos militares foram responsáveis pela ação e implantação da infraestrutura básica (rede de microondas e satélite) nessa área para que a televisão pudesse se desenvolver passando a transmitir em rede nacional seus programas. Então, se considerarmos só este ponto, já houve uma influência muito grande e uma dependência também muito grande dos meios de comunicação ao poder central. Além disso, teve também a influência exercida pelo regime por meio da publicidade oficial, que era canalizada para os veículos que lhe dava suporte e apoio e, também, interferia junto dos outros anunciantes fazendo com que eles também concentrassem suas campanhas nos

mesmos veículos. Por exemplo, se alguma empresa, veículo de comunicação, não estivesse de acordo com o governo, eles pressionavam outras empresas/anunciantes, que prestavam serviço ao governo, no sentido deles deixarem de anunciar naquele específico veículo ou anunciar e concentrar a publicidade naqueles que defendiam o ponto de vista do governo.

Além da infraestrutura fornecida pelo governo, pode-se constatar também a interferência e a influência exercida pela concentração da publicidade nos órgãos que defendiam o ponto de vista do governo, que praticamente funcionavam como porta-vozes ou suporte das suas decisões. Além disso, tem o aspecto da interferência no conteúdo. O regime militar interferiu demais no conteúdo, estabelecendo determinadas orientações através da censura e também nas decisões ministeriais no sentido de cobrar qualidade e melhor nível dos conteúdos da televisão brasileira. Para o regime, era importante que tudo que fosse produzido pelos norte-americanos fosse divulgado na televisão porque não causaria nenhum problema e como eles defendiam os mesmos pontos de vista, então o conteúdo da televisão brasileira, nos primeiros anos do regime, passou a ser basicamente formado por 'enlatados' americanos. Então tudo que vinha dos Estados Unidos era bom para o governo, era bom para as empresas e a televisão passou a ter um conteúdo muito direcionado para a cultura americana. Era música, era filme, era tudo que vinha dentro desse pacote e o governo não precisava interferir com a censura, porque eram produtos americanos. Mas aí, depois de certo tempo, eles começaram a observar que, por exemplo, a cultura que a televisão estava transmitindo era muito americanizada e também tinha muita violência, então o próprio governo começou a cobrar das emissoras de televisão que o conteúdo fosse modificado. Então, os militares começaram a cobrar qualidade e maior participação de conteúdo nacional. Quando, por exemplo, falamos em padrão de qualidade da Globo, é importante saber que o governo estava por trás, exigindo melhor qualidade no conteúdo e maior compromisso com a cultura brasileira. Sob esse ponto de vista o regime militar interferiu diretamente no conteúdo das emissoras de televisão. Num determinado momento, os donos das emissoras disseram, mais ou menos assim: "nós não temos condições de produzir a quantidade de programas nacionais com essa qualidade porque nós não temos dinheiro". Aí foi o momento em que o Governo não só interferiu na publicidade, mas passou a bancar, a financiar a produção de programas, por meios dos bancos oficiais, ou seja, do Banco do Brasil, da Caixa Econômica. O Ministério da Cultura também atuou como financiador de programas. A Globo, que nasceu com dinheiro internacional e por isso tinha uma estrutura maior que as outras, por sua vez, também se queixou: "nós não temos nem condições financeiras nem estúdios suficientes para essa produção". Então, os militares trataram de colocar à disposição da Globo os estúdios da TV Cultura, os estúdios da TVE do Rio de Janeiro para que as televisões privadas ocupassem e usassem inclusive os equipamentos para a produção nacional. Nesse período, por exemplo,

a Globo começou a veicular as aulas do Telecurso, com o objetivo de promover a educação a distância, cujas aulas eram, naquela época, produzidas nos estúdios das emissoras estatais e com financiamento oficial.

Paulo Victor Melo – *Que existe ainda hoje.*

Sérgio Mattos – Pois é, continuam recebendo financiamento oficial. Mas o que foi que aconteceu na época? A TV Globo passou a produzir esses programas educativos para serem veiculados em todas as emissoras, usando os equipamentos e estúdios da TV Cultura. As outras emissoras reagiram e se queixaram ao governo que se transmitissem os programas produzidos pela Globo elas estariam fazendo publicidade direta dos atores da Globo e dando lobo para a Globo e, por isso, se recusaram a transmitir aqueles programas produzidos pela Globo. Isso fez com que o Governo se voltasse para a TVE e a TV Cultura, para que essas emissoras produzissem também outros programas idênticos para que fossem veiculados nas outras redes de TV. Nesse aspecto também é preciso sabermos de uma coisa: o que a Globo recebia do governo para produzir meia hora de Telecurso, era equivalente a toda a verba da TV Educativa que ainda se viu obrigada a usar o recurso que tinha para produzir a mesma coisa para os outros.

Paulo Victor Melo – *Podemos afirmar, então, que enquanto a Globo e as outras TVs comerciais foram utilizadas como um instrumento de propaganda, de um modelo de cultura, de um projeto do regime militar, as TVs educativas cumpriam um papel de educação complementar?*

Sérgio Mattos – Aí é preciso fazermos uma distinção sobre o que é cultura e o que é educação. As TVs educativas no Brasil também tiveram suas funções desvirtuadas. Por isso, nós não temos televisão educativa, puramente educativa como em outros países, como o Canadá. O formato que temos aqui é o de TV Cultura, pois as emissoras oficiais optaram por fazer cultura em vez de fazer educação. A nossa televisão educativa só existiu no início e com muitas dificuldades, já que a própria mídia comercial fazia duras críticas, dizia que se gastava muito dinheiro... Eu mesmo, pesquisando esse assunto, encontrei um farto material publicado nas revistas da época (Manchete e Cruzeiro) que faziam críticas às televisões educativas. Alguns textos afirmavam que seria mais barato mandar aquele grupo de alunos estudar em Paris, desde o curso primário até o universitário, que sairia mais barato do que a produção dos programas que, ainda por cima, eram mal feitos. Nós não sabemos qual era a relação do custo-benefício desses programas e como é que eram produzidos e veiculados na época. É preciso se levantar e estudar exatamente o que é que a mídia privada estava criticando, se eles achavam que as TVs Educativas estavam gastando muito dinheiro e eles estavam deixando de receber uma parte dessa verba ou se eles estavam se candidatando a produzir aquilo, o que acabou ocorrendo, já que a Globo passou a produzir aulas de

Telecurso para o primeiro e segundo graus.

César Bolaño – *De que modo esse incentivo do Estado contribuiu para que a Globo hoje pudesse ter um canal como o Futura, que também se propõe a trabalhar temas de educação e cultura?*

Sérgio Mattos - Futura que também é financiado pelo governo. O que a gente constata é o seguinte: quem soube se adaptar à estrutura oficial, seja ela do período militar ou a de agora, sob regime democrático, está passando bem. Tudo está de acordo com as tendências, quer dizer, o governo continua marcando o compasso, marcando pontos e dando as cartas. Não importa se é PT, se é PSDB, se é o regime militar, tudo continua do mesmo jeito, não mudou absolutamente nada. A mídia que corteja e dá apoio ao governo continua se beneficiando com a concentração das verbas publicitárias oficiais, dos empréstimos dos bancos oficiais e de outras concessões e benesses. A mesma mídia que se adaptou ao regime militar, passou também a ser porta-voz do novo regime democrático, de acordo com as situações e as tendências do momento.

O que não é analisado pelos nossos pesquisadores é a influência indireta e camuflada. Isso não é visto, não é pesquisado nem analisado. A gente [os pesquisadores] só vê a aplicação do recurso direto, empréstimos ou recursos de publicidade, esquecendo essa outra parte da influência que o governo exerce diretamente em tudo. O caso do Brasil é extremamente curioso porque o governo brasileiro sempre decidiu tudo em relação à mídia. Para onde o governo tende a mídia e todos os demais setores produtivos tendem também, acompanhando as decisões oficiais.

Paulo Victor Melo – *Mas essa influência direta do regime militar foi essencial para consolidar a Rede Globo. Antes do regime, tínhamos até uma variação das emissoras que lideravam a audiência. A partir da entrada da Globo no mercado isso muda completamente...*

Sérgio Mattos – Sim, concordo com você. O regime militar contribuiu diretamente para consolidar a Globo que, de maneira mais profissional que as outras, hoje tem ditado as normas e mudado o comportamento do mercado. O que tínhamos antes da Globo? Você tinha programas como, por exemplo, os programas da Record e os da Excelsior, que lideravam determinados movimentos, determinados programas, tinham apresentadores que tinham programas líderes de audiência, como Chacrinha, Flávio Cavalcante, tinha o Roda Viva, que na época não se chamava Roda Viva. Tinham programas específicos em cada emissora que lideravam a audiência quando exibidos e que faziam o maior sucesso. Eram os programas de auditório da TV Record e da TV Excelsior, concentrados no Rio e São Paulo. Esses programas e emissoras ditavam a moda para o país inteiro. No entanto, naquela

época não tínhamos uma emissora, ou rede, que tivesse a maior audiência fechada, em toda a sua programação. Quando nos deparávamos com um caso desses, de uma emissora ter audiência total, era porque só tinha aquela emissora na cidade. Vou dar um exemplo caseiro, doméstico: a primeira emissora da Bahia foi dos Diários Associados, TV Itapoan. Durante nove anos, a Itapoan reinou sozinha, não tínhamos outro canal, só a Itapoan. Então, quando as pessoas ligavam para a Itapoan reclamando que não tinha gostado, de um tipo de programação ou de alguma outra coisa, eles diziam: “O senhor não gostou não? Então mude de canal”. E aí quando a TV Aratu se estabeleceu, vinculada então à Globo, todo mundo mudou de canal, porque aqueles telespectadores tinham sido maltratados durante um longo período quando a audiência não tinha outra opção, outra alternativa para mudar de canal. Na hora que a Aratu chegou, todo mundo mudou. Então, nos primeiros 10 a 15 anos da implantação da televisão no Brasil aconteceu muito disso, ou seja, na cidade em que operava apenas uma emissora, ela era líder absoluta de audiência. A partir do momento que passou a existir diversidade, aí o negócio ficou mais equilibrado. Hoje, nem mesmo a Globo tem audiência fechada em todos os horários de sua programação. Qualquer emissora ou rede tem pelo menos um programa que se destaca. Há uns dois ou três anos, escrevi um paper mostrando a diversidade dos horários de grande audiência em várias regiões do país. O que é que era considerado como horário nobre? Demonstramos que no Nordeste, as emissoras de televisão possuem também outro horário nobre diferenciado do horário do Jornal Nacional, ou seja, as emissoras nordestinas possuem também um horário nobre que é aquele horário do meio dia. O minuto de publicidade para os programas do meio dia é tão caro e tem tanta audiência quanto o horário nobre noturno do Jornal Nacional. E, observe-se, todos constituídos de programas locais. E não são programas produzidos pela Globo, são programas locais, programas de polícia, programa de violência urbana, de bairro, etc., abordando assuntos de interesse público que tem audiência. Então, esses altos e baixos de audiência das emissoras de televisão têm que ser entendidos sob esse ponto de vista. No computo geral a Rede Globo é líder de audiência em todo o país, mas as outras redes também possuem programas isolados com liderança de audiência em determinadas regiões ou até mesmo no país como um todo. Já se formos observar na TV a Cabo, constataremos que ali também a Globo tem liderado a audiência.

César Bolaño – *De fato, esse panorama nacional na situação atual nós ainda não temos.*

Sérgio Mattos – Eu tenho insistido nisso, mas é um problema porque a gente não tinha, até pouco tempo, por exemplo, os dados estatísticos de aferição de audiência na TV Fechada, pois o Ibope não estava se dedicando a este setor. Mas agora, o Ibope já começou a aferir a audiência na TV paga e a gente vai constatar novamente que a Globo vai estar lá em cima, com muito mais audiência do que se podia imaginar. Além disso, a queda de audiência da Globo na televisão aberta é compensada pela audiência que ela tem na TV paga, onde

todos os assinantes continuam assistindo o jornal Nacional e as novelas da Globo. Tudo isto é possível porque ela, as Organizações Globo, possuem inúmeros canais na TV paga, no mínimo dez canais. Ela tem, por exemplo, o canal Viva que é só de programas antigos...

César Bolaño – *É um canal só de reprise e barato para produzir.*

Sérgio Mattos – Sim, já está produzido, é só transmitir e tem uma audiência estúpida.

César Bolaño – *Se aproveita do que a Globo faz e reproduz, reprisa programas de dois anos atrás.*

Sérgio Mattos – Mas o grupo Globo oferece também um canal de notícias, o GloboNews, que é semelhante aos americanos, a CNN, é a mesma coisa. Vai repetindo, repetindo, repetindo, aí vai introduzindo algumas coisas novas, mas sempre repetindo a mesma notícia, quer dizer, que se você não assistiu 8 horas, pode assistir às 9 horas, pode assistir às 10 o mesmo programa com atualizações. O canal da GloboNews tem também seus próprios programas de entrevista, de debates entre outros que não são apresentados pelo canal aberto e que tem atraído grandes audiências.

Paulo Victor Melo – *Ainda nesse aspecto da audiência, uma pesquisa recente mostrou que as principais emissoras de TV nacionais, a Globo, a Record, Bandeirantes, SBT, são líderes de audiência também na TV a cabo, com exceção das que são puramente de cinema. Isso é ainda reflexo do modelo que a gente construiu de comunicação no Brasil concentrado em poucos grupos nacionais e que ajudou a criar um “gosto” por essas emissoras, que mesmo na TV por assinatura a população opta por esse tipo de programação?*

Sérgio Mattos – Eu não poderia afirmar que, por exemplo, se criou o gosto, pois o gosto das pessoas muda e varia de um programa para outro, com uma velocidade muito grande. A gente poderia dizer o seguinte, a maneira como cada programa, cada conteúdo foi vendido é que pode fazer diferença. Você pode ver que quando termina uma novela da Globo, que teve grande audiência, a outra, no início não tem o mesmo índice de audiência, e aí o pessoal começa a malhar, dizendo que: “Não está conseguindo emplacar”. Mas depois de algumas dezenas de capítulos exibidos, dois ou três meses depois, a audiência começa a vir à tona. Aí, nesse processo, é que podemos constatar como a audiência se comporta. Voltando à primeira parte de sua pergunta, sobre se audiência na TV a Cabo é reflexo do modelo que nós temos implantado hoje, posso dizer que o modelo da estrutura de negócio da televisão hoje está dando certo também na TV paga. Se as redes da televisão aberta continuam tendo a mesma audiência nos canais da televisão fechada talvez seja devido ao hábito dos telespectadores, que se mantém passivo e continuam assistindo seus programas

prediletos no canal fechado porque recebem uma transmissão de melhor qualidade, sem interferências e alguns até com a qualidade digital. Este comportamento é uma variante a ser estudada pelos pesquisadores.

Paulo Victor Melo – *Voltando um pouco à questão do regime militar, você viveu aquele período como jornalista, dentro das redações, do ambiente do jornalismo. Quais foram as principais marcas do regime militar para os jornalistas?*

Sérgio Mattos – A censura. A censura foi a principal marca desse período, interferindo direta e indiretamente na produção do conteúdo jornalístico. A ordem de censura de determinados assuntos chegavam às redações, em pequenos papéis sem constar qualquer assinatura dizendo simplesmente: “Por ordem do Ministro da Justiça tal assunto assim e assim, está proibido de ser veiculado”. Estas ordens de proibição eram entregues nas redações por agentes da Polícia Federal ou representantes de outros órgãos de segurança. Existiam também algumas proibições por telefone. Isto acontecia quando não havia censores instalados dentro das redações dos jornais. Pior do que isso, era o medo que os jornalistas tinham de se comprometer, quer dizer, os jornalistas praticavam auto-censura antes de ser censurado. O pensamento era assim “se isso aqui não vai sair, então eu já não boto, se isso aqui vai me causar problemas, eu evito...” O processo de auto-censura foi terrível e essa auto-censura foi também exercida como consequência da censura oficial e assumida pelas próprias empresas como uma prática comum. A TV Globo, por exemplo, contratou uma equipe de censores para censurar seus próprios produtos antes deles serem apresentados à censura oficial, aos órgãos oficiais, para evitar prejuízos. Ela já censurava internamente, já fazia a pré-seleção, a pré-censura, depois encaminhava os produtos para não haver problema com possíveis cortes. Quantos jornais não fizeram isso também? Isso era visível também no comportamento dos jornais, que tinham revisores, mas passaram a contratar pessoas mais velhas, mais experientes, que tinham relação direta com os donos dos jornais para poder mudar ou vetar determinados conteúdos dos textos. O medo que os jornalistas tinham de se comprometer era muito grande. Ao mesmo tempo você tinha os jornalistas que eram militantes, que infiltravam notícias mesmo, porque esse era o papel deles. Aí quando os órgãos de segurança pegavam o cara, ele era preso e, na maior parte das vezes, também demitido.

Paulo Victor Melo – *O senhor ontem (durante seminário na Universidade Federal de Sergipe) afirmou que a ditadura era planejada, que as ações dos militares foram bastante organizadas e, ao mesmo tempo, o senhor disse que a censura era uma censura burra.*

Sérgio Mattos – Não é que fosse uma censura burra, a questão é que os próprios censores também facilitavam as coisas, tinham uns caras mais carrascos que eram aqueles

ideologicamente formados, mas tinham também os que deixavam sair algumas coisas.

Paulo Victor Melo – *Por opção?*

Sérgio Mattos – Por opção mesmo, porque ali tinham muitos profissionais que queriam manter boas relações tanto com os militares quanto com os jornalistas, por exemplo.

Paulo Victor Melo – *Professor, logo depois do regime militar o processo de redemocratização não rompeu, por exemplo, com a relação dos políticos com a comunicação, pelo contrário, até aprofundou a quantidade de emissoras nas mãos de políticos.*

Sérgio Mattos – A concessão de canais de emissoras de rádio e de televisão sempre funcionou de maneira política, antes, durante e depois do regime militar. Isto porque os governantes só outorgam concessões de canais públicos para aqueles que são amigos, que lhe darão suporte e apoio. A diferença é que antes de 1988, data de nossa Constituição, as concessões eram decididas por duas pessoas, o ministro das comunicações e o presidente da república. Hoje, tanto a concessão como a cassação de uma concessão tem que passar pelo crivo do Congresso Nacional. No Brasil é grande a concentração de emissoras de rádio e de TV nas mãos de políticos, de seus familiares e ou de grupos econômicos vinculados a políticos ou partidos. Esta sempre foi a tendência aqui no país

Paulo Victor Melo – *Que se manteve e existe até hoje.*

Sérgio Mattos – Sim. Basta verificarmos, por exemplo, quantas emissoras de rádio e televisão o Lula autorizou. Fala-se que José Sarney trocou canais de rádio e de televisão por anos a mais em seu mandato, que os militares concederam também vários canais, etc., ou seja a prática continua sendo a mesma, nada mudou.

César Bolaño – *O Lula eu não sei, mas o Sarney foi um festival, e o Fernando Henrique também.*

Sérgio Mattos – Mas é aí que está, mais uma vez, o nosso preconceito, porque a gente politicamente estava apoiando outro candidato. Todos queriam mudança, aí tapamos os olhos, mas Lula também usou do mesmo artifício.

César Bolaño – *Não é isso. No caso do Lula já estava tudo praticamente distribuído, o que Lula fez foi manter. Eu não estudo o rádio, mas na questão da televisão estava tudo tomado, porque as últimas concessões que se podia fazer foram as das TVs educativas.*

Sérgio Mattos – Mas a gente está esquecendo outra coisa, a TV a Cabo e a TV Digital. A

concessão da TV a Cabo também é assim, segue o mesmo comportamento político, não é dado a qualquer um. Tudo é negociado, para você poder transmitir via TV a Cabo, também tem que ter autorização. Mesmo no caso das emissoras de rádio e TVs educativas, muitas delas estão funcionando de maneira irregular como rádio e TVs comerciais em pequenos municípios e foram concedidas principalmente a políticos ligados ao PT. Se isso não bastasse, devemos pesquisar também sobre a influência do governo Lula na autorização das rádios comunitárias, autorizadas em sua maioria para simpatizantes e grupos sindicais. Observe-se aqui não é o caso de criticar Lula ou o PT, o que estou querendo dizer é que seja lá qual for o governante, suas atitudes com relação à concessão de canais públicos, ou exploração de canais na TV Paga, ou no projeto da TV Digital, seguem o mesmo padrão adotado pelos governantes de antes, durante e após os anos de ditadura militar no país, pois o que vale é o critério político.

César Bolaño – *Isso também foi em um período anterior, o caso da TV a Cabo eu acho uma situação complicada, porque os pacotes são idênticos e existe uma exclusão de canais internacionais que a gente não recebe, que a gente vê na Europa e em outros países. Quer dizer, o controle que existe na TV a Cabo por causa de um oligopólio no caso do Brasil também é muito grande.*

Sérgio Mattos – *Aí eu me pergunto, também, se não existe um interesse do governo em não abrir esses canais aqui. Isto porque só são exibidos aqueles previamente aprovados pelo governo.*

César Bolaño – *Não sei. Eu sei que a Telesur não entra. Eu sei que a Al Jazeera não entra.*

Sérgio Mattos – *Por que não entra? Deve haver algum interesse do governo de não colocar, porque esses canais não têm compromisso com governo nenhum, falam de todo mundo. Mas aí a censura oficial interfere nisso.*

César Bolaño – *Eu acho que no caso da Telesur é porque a Globo não tem interesse, no caso da Al Jazeera, eles têm acordo com a CNN, acordos com a BBC, não têm interesse de colocar um concorrente.*

Sérgio Mattos – *Eu acho que estes são assuntos que nós precisamos estudar, mas a Academia não está pesquisando. Eu não tive acesso a esses acordos, mas se existem, existem também os interesses do próprio país. Esta é uma questão, como inúmeras outras, que precisam de muita pesquisa para que sejam esclarecidas.*

César Bolaño – *Precisamos reunir um grupo nacional para fazer essa pesquisa?*

Sérgio Mattos – Acredito que talvez seja o caminho. As mudanças neste setor acontecem com muita rapidez, parece uma loucura. A gente vê a coisa acontecendo e ela passa sem que tivéssemos tempo para refletir sobre aquele assunto devido à quantidade de afazeres que a gente tem e pela falta de tempo para estudar novos detalhes e tendências. Quando a gente vai verificar, a mudança já ocorreu e está lá na frente. Devido à velocidade das mudanças tecnológicas e das tendências do mercado e dos modelos de negócios hoje praticados, acredito que o processo de pesquisa que a Academia está praticando hoje, eu acho, está sempre um passo atrás, ou seja está atrasado, não está acompanhando as mudanças no ritmo em que elas estão acontecendo. A gente não está conseguindo acompanhar. Ficamos concentrados na Globo por causa do Jornal Nacional, porque ela é a maior emissora, porque ela faz, porque é a que mais fatura, porque ela distorce, porque ela forma opinião e estamos nos esquecendo das outras, porque as outras também estão fazendo. Por exemplo, o maior jornal em circulação no Brasil hoje é o da Igreja Universal, a Folha Universal. O grupo da Universal publica jornal, revista em quadrinhos e programas de televisão em torno dos mesmos assuntos, formando opinião, além de reforçar os argumentos utilizando sempre mais de um veículo de comunicação de massa. Quem está estudando isso?

Paulo Victor Melo – *Distribuído gratuitamente.*

Sérgio Mattos – Isso. E a audiências que tem? Ninguém está medindo isso. Não se mede, por exemplo, canal religioso, programa religioso. Os institutos de pesquisa só estão medindo os programas de conteúdo universais/comerciais e não aqueles direcionados. Mas a audiência deles está pipocando sempre, porque na hora que essa audiência está assistindo os programas ou canais religiosos, os demais canais estão sem audiência e o negócio continua e ninguém está estudando o que está acontecendo em paralelo aos canais comerciais de rádio e televisão. Os jornais e revistas que os grupos religiosos publicam são distribuídos gratuitamente e ninguém está estudando para verificar a influência desses veículos na formação de opinião pública específica que está contribuindo para mudar inclusive a composição das assembleias legislativas dos estados, a composição do congresso nacional, cada vez com bancadas evangélicas mais poderosas, interferindo nas decisões do país. Quem são os mantenedores dos veículos evangélicos, quem são os seus anunciantes etc. e tal. Temos muita coisa a estudar e a Academia não está acompanhando todas essas mudanças e tendências.

César Bolaño – *Deixa eu voltar na questão da violência, que você falou primeiramente, que os militares queriam fazer uma mudança por causa dos enlatados que tinham muita violência. Hoje no Brasil está havendo um aumento das programações com violência, imitando o cinema moderno americano na ficção seriada brasileira.*

Sérgio Mattos – É verdade. Essa semana começa uma série da Globo só de polícia, que é igualzinho aos filmes dos seriados americanos, O Caçador.

César Bolaño – *Inclusive o cinema policial brasileiro que era totalmente diferente está se adaptando.*

Sérgio Mattos – Sim. E isto se deve principalmente às tendências do mercado internacional. Eu não fiz um estudo profundo sobre isso, mas ocupei algum espaço da pesquisa sobre o que ocorreu com a qualidade dos produtos da TV brasileira, para tentar explicar o que é que houve nessa mudança. Centrei atenção nas relações diretas do desenvolvimento econômico com o conteúdo dos programas brasileiros. Se considerarmos o período do Plano Real e o governo de Fernando Henrique Cardoso, mais precisamente no período entre 1994 e 1996, com grandes mudanças, vamos constatar que em 1995 tivemos o início da TV a Cabo, quando a audiência da Classe A migrou para a TV paga. Foi também exatamente no período entre 1994 e 1996 que foram vendidos no Brasil seis milhões de televisores para famílias que estavam adquirindo o aparelho de televisão pela primeira vez na vida. Se considerarmos que cada uma dessas famílias é constituída pelo menos por cinco pessoas, encontraremos uma audiência potencial de 30 milhões de novos telespectadores que estavam entrando para o mercado. Nesse período, a qualidade dos programas da televisão caiu porque as emissoras passaram a disputar essa nova audiência potencial desqualificada com a produção de programas de baixo nível. Surgiram na época os programas de Ratinho, Leãozinho entre outros, como aqueles totalmente dedicados a assuntos policiais e de violência urbana voltados para as classes mais baixas. Como resultado, apesar dos avanços econômicos que o país passou a ter, a programação de nossa televisão passou a oferecer conteúdos de baixo nível de qualidade para atrair aquela nova audiência. Foi isso que ocorreu: a audiência não preparada ou não qualificada ficou disponível e as emissoras de TV partiram para a disputa da preferência daquela nova fatia de audiência, oferecendo programas de baixo nível incluindo os de violência.

Paulo Victor Melo – *Sobre as telecomunicações que estávamos falando anteriormente, houve uma alta também nesse período, principalmente pela Lei Geral de Telecomunicações que não mexeu na radiodifusão, mas ajudou a constituir um novo mercado também concentrado.*

Sérgio Mattos – Exatamente. Manteve-se o rádio e a televisão da mesma forma, com a mesma estrutura da época do regime militar e hoje vemos uma concentração também nas telecomunicações.

Paulo Victor Melo – *Professor, para finalizar, quais caminhos você acha que precisam ser trilhados para que tenhamos um novo modelo de comunicação no Brasil?*

Sérgio Mattos – Considerando a convergência midiática e os desafios da Era Digital, acredito que o primeiro passo seria a aprovação de novas regras, um novo Marco Regulatório das Comunicações, tendo em vista que os agentes envolvidos nas telecomunicações e na radiodifusão são ainda regidos por legislações distintas e algumas já superadas. Acrescentaria a isso o pleno funcionamento dos Conselhos de Comunicação Nacional e Estaduais, com a participação efetiva de membros da sociedade civil, indicados de maneira democrática e não vinculados a grupos políticos ou econômicos. É necessário também que haja uma maior aproximação entre a academia e o mercado, os veículos de comunicação, para que possamos aumentar nossa participação, contribuindo efetivamente com pesquisas e reflexões para melhorar a programação de nossos veículos, na construção de um país mais justo e adequado às nossas necessidades, além de preservar nossos valores culturais, morais e patrimoniais.