

# O poder político nas concessões de televisão: casos paranaenses

Umberto Bittencourt Meneghini<sup>1</sup>

*Recebido em abril de 2023*

*Aceito em junho de 2023*

## RESUMO

Os canais de televisão no Brasil funcionam via frequência do espectro eletromagnético, considerado patrimônio público pelo estado brasileiro. O Estado, portanto, concede temporariamente o uso dessas frequências aos interessados para que esses transmitam o conteúdo desejado dentro das condições da lei. O presente artigo busca demonstrar como acontecem as outorgas desses canais por meio de casos paranaenses. Longe de ser um edital com concorrência franca, o trâmite costuma coroar vencedores esperados, em razão de suas relações pessoais com autoridades públicas. Foram levantados casos em diferentes momentos da história paranaense, apoiando-se, principalmente, em biografias de empresários da imprensa estadual. Constatou-se que na negociação de concessão de radiodifusão a moeda de maior valor é a conquista de capitais novos ou multiplicação de capitais já possuídos. Apesar de determinações legislativas sobre a radiodifusão, a área de comunicação foi e segue sendo amplamente e ilegalmente explorada pela classe política e empresarial, que neste caso em específico, confundem-se; a punição legal dificilmente ocorre, afinal os legisladores e empresários que violam as leis são os mesmos muitas vezes.

**Palavras-chave:** Radiodifusão; Paraná; Concessão.

## The political power in television concessions: instances from Paraná

## ABSTRACT

Television channels in Brazil operate via the frequency of the electromagnetic spectrum, considered public property by the Brazilian state. The State, therefore, temporarily grants the use of these frequencies to interested parties so that they transmit the desired content within the conditions of the law. This article seeks to demonstrate how the grants of these channels happen based on cases from Paraná. Far from being a public notice with open competition, the procedure usually crowns expected winners, due to their personal relationships with public authorities. Cases were raised at different times in Paraná's history, supported mainly by biographies of businessmen from the state press. It appears that in the negotiation of a radio broadcasting concession, the currency of greatest value is the conquest of new capital or the multiplication of capital already possessed. Despite legislative determinations on radio broadcasting, the area of communication was and continues to be widely and illegally exploited by the political and business classes, which in this specific case are confused; legal punishment rarely occurs, after all, legislators and businessmen who violate laws are often the same.

**Keywords:** Broadcasting; Paraná; Concession.

---

<sup>1</sup> Mestrando do programa de pós-graduação em sociologia pela UFPR. Curitiba, Brasil. E-mail: umbertobmeneghini@gmail.com. O presente artigo é um desdobramento da pesquisa de dissertação de mestrado, a qual foi fomentada com bolsa de estudos financiada pela CAPES.

## Introdução

No Brasil, grandes empresas de telecomunicação, especialmente empresas de rádio e televisão, estão concentradas nas mãos de poucas famílias. Talvez a família que exiba seus laços familiares mais abertamente seja a família Abravanel, associada ao SBT. Há, ainda, tantas outras, como a família Marinho, a família Macedo, a família Massa e a família Saad.

O fato de veículos de comunicação abrangentes serem propriedade de pequenos coletivos de indivíduos por si é, no mínimo, alarmante. Está na capacidade dessas famílias determinar o fluxo de informações sobre o mundo social, ora abrindo a torneira, apertando-a, ou fechando-a por completo. Antes de continuar a discussão, é preciso levantar um problema que este artigo não tem condições de resolver.

A respeito da relevância da televisão como meio de comunicação comparado com a internet, é difícil afirmar qualquer coisa. De acordo com o último relatório da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (2019), os lares que possuíam televisão eram 96,3%, enquanto 82,7% dos domicílios do país registraram utilização da internet. Os números por si não revelam muito, afinal a PNAD não investiga os usos desses aparelhos, se são utilizados como meio de se informar, por exemplo. Outro dado relevante é que o uso da internet é muito mais difundido entre pessoas entre 20 e 24 anos (92,7%). Pessoas com 60 anos ou mais que utilizam a internet da mesma forma são 45% (PNAD, 2019)<sup>2</sup>.

A diferença de idade diz respeito não somente ao uso, mas que tipo de conteúdo é consumido. Afora essas questões, no que diz respeito ao consumo de notícias é inegável o papel que as redes sociais desempenham atualmente. O fenômeno das *fake news* é ilustrativo particularmente durante as últimas eleições presidenciais<sup>3</sup>.

Vê-se então que o peso dos veículos de comunicação estabelecidos diminuiu diante da democratização do acesso à internet. O quanto a televisão perdeu em relação

---

<sup>2</sup> Deve ser levada em consideração a defasagem da pesquisa, de quatro anos atrás. É provável que esses dados de consumo tenham mudado.

<sup>3</sup> Sobre o assunto, conferir AZEVEDO JR. (2021).

a internet não pode ser precisamente mensurado, porém é seguro afirmar que alguma perda ocorreu. Isso, todavia, pouco importa. Idealmente, a Sociologia não pauta suas análises pela grandeza de seus objetos.

Isto é especialmente verdade aqui, já que não serão observados necessariamente os familiares por trás de grandes empresas de jornalismo, como Globo e RecordTV. O objetivo proposto é demonstrar as dinâmicas políticas e patrimoniais acerca da distribuição de concessão de canais de televisão dentro do Estado brasileiro, em especial no Paraná. Isso será feito a partir de biografias de empresários que atuaram especificamente no referido estado entre os anos 1950-1985. Trabalhar-se-á somente com biografias já existentes. Nesse sentido, a contribuição do artigo é justamente retomar parte da política na radiofusão paranaense e demonstrar ainda como o momento presente conserva muito do passado.

Sobre radiodifusão brasileira, Osmani Costa (2012, p.100-1) afirmou que é possível dividi-la em três etapas cronológicas: primeiramente, o aparelho de televisão começa a ser difundido entre a população brasileira; tratava-se de um artigo de luxo para as famílias (1950-64). No que diz respeito aos canais e a própria legislação a respeito de como gerir empresas de telecomunicação, a situação geral era embrionária. A Lei 4.117, que instituiu o Código Brasileiro de Telecomunicações (CBT), foi assinada em agosto de 1962 (GOV, 2022, não paginado). Na época a lei tornou-se referência mundial pela articulação promovida entre a classe política, empresários e engenheiros militares. Como logo será visto, a regulação, ainda vigente, deixou brechas que foram devidamente exploradas.

Em um segundo momento (1964-1975), a tecnologia avançou ao mesmo tempo que foi barateada. Aparelhos televisivos foram popularizados e o governo militar capitalizou em cima da mídia promovendo seus avanços e a ideia de integração nacional. Vale ressaltar que empresas de rádio e televisão estavam sujeitas ao regime de censura. De 1976-1985, no terceiro momento da televisão brasileira, conforme entendimento de COSTA (2012, p.101), as redes de comunicação amadureceram em profissionalismo. Concomitantemente, a ditadura militar abrandou suas atividades, inclusive abandonando as imposições de censura.

No recorte de Osmani Costa (2012), todos os três momentos foram marcados por participação essencial do poder executivo<sup>4</sup>. No primeiro momento a legislação era insuficiente, além de haver certa “ingenuidade” em relação ao que a televisão viria a ser. A proximidade do executivo com a concessão de radiodifusão pode ser justificada pelo governo militar usar da mídia como mais uma de suas ferramentas de poder. Pelos exemplos que serão expostos poderá ser percebido como critérios pessoais ou interesses em comum sobrepunham parâmetros imparciais.

## **Desenvolvimento**

Nos anos 60, a televisão em São Paulo e Rio de Janeiro funcionava há alguns anos, enquanto no Paraná havia interesse para dar início a mídia. Dentre os interessados, dois nomes se destacam: Nagib Chede Abrãao<sup>5</sup>, advogado e empresário da comunicação, e Assis Chateaubriand<sup>6</sup>, naquele momento já estabelecido como magnata da comunicação.

Assis Chateaubriand e Nagib Chede foram os primeiros empresários a receber concessões de televisão no estado do Paraná. Assis Chateaubriand, nos anos 60, já tinha experiência e capital social na área midiática, o que lhe conferia uma posição destacada no cenário nacional e na América Latina. A TV Tupi, de São Paulo, já funcionava há dez anos (GEORGINO, 2020, não paginado). Por conta de seus capitais, quando o empresário demonstrou interesse em inaugurar a TV Paraná, bastou aproximar-se do

---

<sup>4</sup> Este recorte se justifica principalmente pelos grandes momentos políticos do Brasil: democracia pós Estado Novo, ditadura militar e reabertura democrática. Há outras formas de dividir a história da televisão no Brasil, a exemplo do estudo de Vizeu, Porcello, Coutinho (2010). Nele os autores atribuem inovações tecnológicas e o crescimento de grandes emissoras de televisão como os capítulos da televisiva brasileira.

<sup>5</sup> Nascido em Palmeira, Paraná, filho de Chede Abraão e Rosa Daher Abrãao, ambos libaneses que vieram ao Brasil no começo do século XX. João Chede, irmão de Nagib Chede Abrãao, lançou-se a carreira política, tendo sido vereador e por duas vezes deputado estadual (1947-1954). Anos depois ocupou outros cargos de prestígio, como a presidência da Associação Comercial do Paraná (1998-2000). O filho de João Chede, Jonel Chede Abrãao, estabeleceu matrimônio com Clecy Ribas Camargo, aproximando os Chede da poderosa família Camargo. Nagib Chede tornou-se bacharel em Direito pela UFPR em 1935 (ZAPANI, 2021, p.303)

<sup>6</sup> Francisco de Assis Chateaubriand Bandeira de Mello nasceu em Umbuzeiro, Paraíba, em 1892. Entre suas atividades, destaca-se a atuação midiática. Foi proprietário dos Diários Associados, o que já foi o maior conglomerado de mídia da América Latina. Também atuou como senador da Paraíba (1951) e do Maranhão (1955). Foi ainda embaixador do Brasil em Londres (1958-1960) (UOL, 2015).

então presidente Juscelino Kubitschek. Sozinho e sem intermediários, Assis Chateaubriand conseguiu mover sua agenda diretamente à maior autoridade do país (COSTA, 2011, p.283). Em 19 de dezembro de 1960, vai ao ar pela primeira vez a TV Paraná.

Quando se fala em Assis Chateaubriand, refere-se a um “peixe grande” dentro da história da imprensa nacional, ao ponto de receber a alcunha de “Cidadão Kane brasileiro” (PORTAL PRESS, 2015, não paginado). O poderio do empresário era sem igual no país, ainda mais no Paraná. Logo, as possibilidades que existiam para o empresário paraibano restringiam-se somente a ele.

A figura de Nagib Chede, diante do colosso do jornalismo nacional, parece pequena. Porém, Nagib era próximo de personagens de grande importância dentro do estado paranaense, como o interventor Manoel Ribas e Moysés Lupion; Nagib faria bom uso desses laços (ZAPANI, 2021, p.300-1). Seus amigos lhe conseguiram cargos dentro da burocracia estatal, o mais proeminente deles em 1947: juiz auditor no Tribunal de Contas do Estado (TCE) (ZAPANI, 2021, p.302).

Nagib Chede atuou nessa posição por vinte anos, mas tinha ambições dentro da radiodifusão. Ao final dos anos 50, Nagib Chede já havia mobilizado recursos para conseguir seu canal na televisão, o que não se sucedeu apesar da participação de Assis Chateaubriand, que demorou demais para manifestar-se. Em nova tentativa, teve seu sucesso catapultado justamente por suas boas relações pessoais e políticas, em especial com Moysés Lupion, quando este foi governador do Paraná 1956-1961 (COSTA, 2011, p.281).

[...] Então, eu procurei o governador do estado do Paraná, que era meu amigo particular, Moysés Lupion, e fiz esta exposição a ele do que estava acontecendo e que só havia uma solução: ou parar ou conseguir um canal do governo federal, para uma estação de televisão. Muito bondosamente, eu guardo eterna gratidão a esta pessoa, ele conseguiu marcar com o então presidente Juscelino uma audiência no Palácio Guanabara, no Rio de Janeiro. No dia certo e na hora certa, fomos lá ter um contato com ele e fizemos esta exposição ao Presidente, com toda lealdade e com toda franqueza. E ele disse: “Sem problema nenhum, você vai dar ao povo de Curitiba uma estação de televisão; eu vou lhe dar um canal.” E ele chamou o oficial de gabinete dele, que era um oficial da Marinha, não me lembro o nome dele, e fez uma autorização e disse: “Você me entregue isso com a máxima brevidade ao ministro.” [...] Aí, nós fomos procurar o ministro e ele fez um ofício à Comissão Técnica de Rádio, para que fosse designado um canal de televisão para a Rádio Emissora Paranaense de Curitiba, que foi o canal 12.

Diante da autorização, nós procuramos montar e ela foi inaugurada no dia 29 de 10 de 1960 (CHEDE, entrevista gravada, 1985).

A conquista de Nagib Chede não importa apenas por seu pioneirismo. O fato de o governador ter participado como intermediário da distribuição da concessão é algo que marcaria este fenômeno no Paraná (COSTA, 2012, p.155). Outros estados, como Rio de Janeiro e São Paulo, registraram que a mediação entre empresários e o chefe do executivo era habitualmente feita por congressistas.

Outro ponto da política da distribuição de concessões que começou com Nagib Chede foi o fato dele ter sido o primeiro a se utilizar de “laranjas”. Quando fundou a TV Paranaense, Nagib Chede ocupava um cargo no TCE, algo que lhe impediria de assumir o canal. De acordo com Osmani Costa (2012, p.158), ele colocou sua mulher, Sylmira Chede, com a titularidade das empresas de comunicação para desviar-se da lei. A nomeação era fictícia, pois Nagib Chede era o presidente da empresa e pouca questão fazia de esconder isso.

O primeiro momento da televisão paranaense, e do Brasil como um todo, contava com regulações da lei existentes desde 1930. Contudo, afirma Osmani Costa (2012, p.155), a legislação era “bastante imprecisa e pouco sistematizada”. Assim, o prestígio social, ou o acúmulo de capitais diversos, seria fundamental para selar alianças políticas e econômicas. É nesse sentido que Chateaubriand e Chede aparecem como sujeitos que alcançam novos capitais em razão daqueles que possuíam de antemão.

Por mais que a tecnologia da televisão fosse recente, Juscelino Kubitschek, segundo Somma Netto, Caleffi e Dias (2015), compreendia que ali havia uma plataforma que poderia aumentar sua visibilidade. Contudo, o uso das televisões por parte do governo alcançaria seu ponto mais alto somente anos depois, já com os militares no poder.

Depois dos anos de germinação da televisão paranaense, dois acontecimentos importantes apareceram na história: em primeiro, em 1962, a instituição do Código Brasileiro de Telecomunicações, cujo propósito era promover uma expansão integrada da radiodifusão, garantido uma uniformidade técnica e legal. De modo geral, a regulação da atividade estava nas mãos do Executivo Federal, que promovia editais de concessão, admitia os vencedores da mesma, assim como renovaria ou não as concessões a cada 10

anos para estações de rádio e 15 anos para estações de televisão (COSTA, 2012, p.168-9; CORREIA, 2015).

O segundo acontecimento de relevância foi o golpe militar em 1964, no qual o Estado iria impor sua visão ideológica para a radiodifusão brasileira. A proximidade entre poder executivo e concessionárias manteve-se durante todo o período da ditadura com a adição de que, naquele momento, era necessário também estar politicamente alinhado ao governo.

Durante parte da Ditadura Militar Rômulo Villar Furtado ocupou o cargo de secretário no Ministério das Comunicações (1970-72, 1974-90), onde atuou juntamente aos governos Médici, Geisel e Figueiredo. Sobre a forma como as concessões de radiodifusão eram distribuídas, Rômulo Villar Furtado afirmou o seguinte:

Enquanto existir o Congresso Nacional e, dentro dele, parlamentares desejosos de se reeleger, o critério de distribuição de concessões será político, e os governos darão rádios e TVs em troca de apoio. A utopia socialista de que todos são iguais perante a lei não funciona na vida real (LOBATO, 1995, não paginado).

O grande nome da imprensa paranaense durante a Ditadura Militar foi Paulo Pimentel. Paulo Pimentel inicialmente não era envolvido com meios de comunicação e tampouco com a coisa política, era bacharel em Direito pela Universidade de São Paulo (CORDEIRO, 2005). Foi por meio de seu casamento, com Yvone Lunardelli, herdeira da próspera família Lunardelli, que Paulo Pimentel começaria a acumular capital político. A entrada no mundo do jornalismo ocorreria somente anos depois.

Paulo Pimentel era responsável por gerenciar os negócios familiares dos Lunardelli, exercendo o cargo de diretor em uma usina em Porecatu. Não demorou para que comprasse terras e passasse a cultivar café (CORDEIRO, 2005, p.63). Houve uma ocasião em que Ney Braga, então candidato ao governo do Paraná (1960), visitou Porecatu. João Lunardelli, sogro de Paulo Pimentel, recebeu Ney Braga e o hospedou, momento que marcaria o começo da longa relação entre Braga e Pimentel.

A relação entre os dois avançaria até o momento que Ney Braga, após sair vitorioso das eleições de 1960, convidou Paulo Pimentel para assumir a Secretaria de Agricultura (CORDEIRO, 2005, p.68). É inclusive nesse momento de avanço da carreira

política que Paulo Pimentel passa a envolver-se com a imprensa. Em entrevista, o próprio afirmou que: “[...] com a atividade política eu tive que montar um dispositivo de sustentação, porque eu não tinha cobertura de imprensa” (ANDREOLA; MARTINS, 2018, não paginado). Isso motivou a compra dos jornais O Estado do Paraná e Tribuna do Paraná de Aristides Merhy e Fernando Camargo.

Paulo Pimentel ganharia destaque progressivamente, fosse com a população do norte paranaense e entre seus correligionários de partido. Em 1965, Paulo Pimentel candidatou-se a governador do estado e foi vitorioso, a despeito de longos conflitos intrapartidários (CORDEIRO, 2005, p.87-92).

De certa forma, Paulo Pimentel era tido como um sucessor de Ney Braga. Esse último, a partir de 1966, assume a função de Ministro da Agricultura do presidente Castelo Branco. A posição se mostraria especialmente vantajosa a Paulo Pimentel: Ney Braga e Castelo Branco eram íntimos há anos, e Ney Braga aproveitaria a proximidade para auxiliar Paulo Pimentel (COSTA, 2012, p.169).

Paulo Pimentel soube utilizar bem seus jornais, utilizando ambos para jogar louros em Castelo Branco (COSTA, 2012, p.284). A exaltação renderia frutos: em fevereiro de 1965, foi marcada uma reunião – que não constava na agenda oficial – entre Castelo Branco, Ney Braga e Paulo Pimentel. Pouco tempo depois a concessão do Canal 4 foi outorgada de Castelo Branco para Paulo Pimentel (COSTA, 2012, p.169-70).

Na ocasião, Sandro Dalpícolo (2010) relata que Francisco Cunha Pereira Filho e Edmundo Lemanski, os sócios-proprietários do jornal A Gazeta do Povo, buscaram participar da concorrência. Ao chegarem no escritório do Ministério das Comunicações um funcionário havia comentado a dupla: “Que pena. O senhor sabe que isso é baralho marcado. Não vai ser pra vocês. Foi o governador do Paraná que provocou o edital e aqui quem provoca o edital é quem ganha a concorrência” (COSTA, 2012, p.170 *apud* DALPÍCOLO, 2012, p.92-3).

Quanto ao episódio, Osmani Costa, entrevistando Paulo Pimentel, registrou a seguinte constatação sobre ter vencido a concorrência:

Eram mais ou menos critérios políticos. Então, a decisão era do presidente da República e ele que escolhia os beneficiários, os que seriam premiados com esta estação. O presidente era Castelo Branco, quando saiu a concessão da Iguaçu.



E eu fui chamado, para saber se eu não queria montar esta estação de televisão. [...]. Fui convidado, e o presidente Castelo Branco me deu ela, em 1964 [...] Havia uma coleta inicial de pretendentes. Sim, havia licitação; tinham concorrentes. Em todas elas foi assim. E ia tudo para o presidente da República. Aqueles que se habilitavam iam para o presidente. Mas a decisão era exclusiva do presidente, e era política. Então, todos nós trabalhávamos politicamente. Cada concorrente achava um pistolão que precisava para conseguir. E quem tivesse mais força política ganharia [...] (COSTA, 2012, p.285).

Enquanto isso, os militares desejavam fazer uso da televisão como veículo de exibição de seus progressos no Brasil, bem como defesa de sua ideologia. Habilmente, Pimentel agrega suas vontades particulares com as do governo – a fome com a vontade de comer – e consegue projetar-se ainda mais.

Não foi desprovido de interesse que Paulo Pimentel, em outubro de 1966, prestou solenidade à diplomação do futuro presidente da República, Costa e Silva. O gesto, bem recebido por Costa e Silva, foi respondido um ano depois, com Paulo Pimentel recebendo o Canal 11 de Apucarana (COSTA, 2012, p.176).

Vale ressaltar que desde 1962 o CBT estava em vigor. O código previa que parlamentares ou portadores de foro especial não poderiam exercer as funções de diretor ou gerente de concessionárias de radiodifusão (BRASIL, 1962). Nos casos expostos todos exerciam alguma função pública enquanto sócio proprietários de tipo de mídia (COSTA, 2012, p.174).

Os dirigentes da Ditadura Militar, aparentemente, pouco se importavam com essa questão. Afinal, como visto, a escolha do vencedor da concessão partia do presidente da República. A preocupação do governo militar com a televisão era outra: sua instrumentalização. Conforme COSTA (2012, p.176), os presidentes da República mantinham a prerrogativa do poder de decisão final acerca de todos os processos de radiodifusão – concessão, renovação, fiscalização, cassação e transferência de canais –, mesmo após todas as instâncias burocráticas.

Paulo Pimentel, durante os anos 70, teria grandes dificuldades em gerir seus negócios. O início dos percalços se deu com a chegada de Jayme Canet Júnior ao governo do Estado do Paraná; ele e Pimentel tiveram divergências no passado, principalmente, relata Osmani Costa (2012, p.241), por conta de quem sucederia Ney Braga. Nos anos 60 fora Paulo Pimentel quem levou vantagem, mas a situação havia se revertido.

A rivalidade com Canet Júnior somou-se a desavença que o presidente Geisel nutria com Pimentel, justificada pelo apoio que Pimentel declarou a candidatos oposicionistas, em 1974, traindo, então, a posição situacionista que lhe era de costume (COSTA, 2011, p.242 *apud* REBELO, 2007, p.338-9; ZAPANI, 2021, p.121).

A partir desse momento o governo lançaria ataques sucessivos aos canais de Paulo Pimentel, cortando seu sinal, impedindo que a programação da TV Globo fosse exibida em seus canais, em 1976 (CORDEIRO, 2005, p.153). A situação foi agravando e, em seu momento mais drástico, o empresário viu-se obrigado a vender um de seus canais a Oscar Martinez – que sequer pagou a transação (COSTA, 2011, p.248).

A situação vivida entre as televisões de Paulo Pimentel e o governo militar, notadamente durante a gestão Geisel, exhibe como o governo possuía interesse nos serviços de radiodifusão. A partir de algumas situações, como um discurso inflamado de Pimentel contra o AI-5, em 1968 (COSTA, 2012, 257), e suas indisposições internas com o ARENA (ZAPANI, 2021, p.120), o governo usou seus recursos para sabotar o grande empresário paranaense. Por mais que laços extraoficiais servissem para chegar mais facilmente ao Estado, eles não eram mais fortes que a agenda de poder dos militares.

As rugas continuaram por anos a fio e o poderio de Pimentel diminuía juntamente ao surgimento de novos empresários da mídia, como os Martinez, por exemplo. Paulo Pimentel, já nos anos 80, conquista seu último canal de televisão, a TV Naipi, Canal 12 de Foz de Iguaçu (COSTA, 2012, p.180). Possivelmente isso apenas ocorreu por mudança de sua postura após muitas perdas financeiras e políticas: seus jornais voltaram a acenar ao governo militar. Embora Ney Braga estivesse no governo do estado mais uma vez, Paulo Pimentel negou sua influência no processo de obtenção da TV NAIPI (COSTA, 2012, p.180)<sup>7</sup>.

Nesse ínterim, o Paraná registrou a distribuição de outras quatro concessões: TV Esplanada, Canal 7 de Ponta Grossa, em 1966; a TV Tarobá, Canal 6 de Cascavel, conquistada por João Milanez, em 1975; também em 1975 Oscar Martinez vence a concorrência para o Canal 7 de Londrina, que viria a ser a TV Tropical; João Milanez, em

---

<sup>7</sup> Nas outras duas ocasiões de vitória na concorrência, Paulo Pimentel também havia negado a influência de Ney Braga no processo (COSTA, 2011, p.286).

1982, ainda receberia a concessão do Canal 2 de Curitiba, que tornar-se-ia a TV Curitiba (COSTA, 2012, p.180-90).

As quatro distribuições de concessão televisiva acima, segundo consta em COSTA (2012), tiveram uma participação expressiva do Palácio do Iguaçu como ponte para Brasília. Ney Braga continuaria sendo influente nesse *front*, juntamente ao seu sucessor Jayme Canet Júnior. É notável também que as empresas vencedoras das concessões se mostravam favoráveis ao regime militar, endossando-o em suas outras mídias antes de serem agraciadas com os canais; comportamento que teria continuidade na televisão.

Referente a esse momento da televisão paranaense, são perceptíveis três pontos: por primeiro há a participação destacada do poder executivo estadual dentro da negociação com a figura presidencial, Ney Braga sendo um nome que apareceu em ocasiões diversas. Embora Osmani Costa (2011; 2012) não questione quais eram as intenções desse esforço, é algo próximo do chamado “coronelismo eletrônico”, em que veículos de comunicação em massa são articulados para promoção e crescimento de capitais políticos, entre outros efeitos (ZAPANI, 2021; MELO, FEITOSA, 2021).

O segundo ponto é a seleção dos vencedores das concessões. Eles não eram meros empresários do campo do jornalismo, eram sobretudo empresários com diferentes graus de proximidade a autoridades políticas e/ou militares e utilizavam dessa condição como um acesso facilitado aos editais. A expressão utilizada “baralho marcado” resume o ponto.

O terceiro ponto é a própria caracterização do jornalismo paranaense: chamado de “chapa-branca”, conforme João Somma Neto (2004). A imprensa do Paraná, desde os anos 30, mantinha vínculos partidários e com representantes políticos do município e do estado. O relato de notícias era por hábito a versão “oficial” dos fatos, sempre submissa ao mando dos detentores de poder.

Essa última característica, o situacionismo e a conservação da tradição, é um traço particular do estado do Paraná. A fundação do Estado, na segunda metade do século XIX, foi uma forma do poder federal amenizar a influência dos liberais, que emanava principalmente de Minas Gerais e São Paulo, bem como suprimir movimentos sediciosos, como a Revolta Liberal de 1842 (OLIVEIRA, 2001, p.140-3).

A marca conservadora seguiria no Paraná através das décadas, sempre apoiando a situação, fosse ela Getúlio Vargas, fosse o Golpe Militar de 1964, fosse a redemocratização. Independente da tendência vitoriosa do momento, a classe política do Paraná sempre usaria dela para promover-se. Ricardo Costa de Oliveira afirma: “[...] o Paraná sempre assume o lado das tendências que constroem o consenso vitorioso nas conciliações políticas brasileiras” (2001, p.XXVII).

Podemos concluir sobre a televisão durante a ditadura militar no Paraná que empresários midiáticos bem conectados puseram seus jornais e rádios a serviço do governo, para que esse pudesse usar dessa plataforma para comunicar seus méritos e avanços. Como retribuição, os chefes do executivo federal favoreciam esses empresários alinhados com os valores da situação do poder ao conceder concessões aos mesmos. No meio-campo do processo estava a figura do governador, conectando ambos os lados e ganhando influência dos dois simultaneamente.

Seguindo o recorte que foi estabelecido na introdução, com a redemocratização do país começa o quarto momento para a televisão no Brasil. Com os militares distantes do poder central, a televisão deixaria de ser um transmissor de propaganda ideológica do governo. A regulação acerca das concessões, entretanto, pouco mudaria desde a instituição do CBT, em 1962.

Desde 1936 existem comissões que deliberam sobre o funcionamento de concessões no Brasil. Desde a década de 30 até hoje a comissão específica sobre telecomunicações assumiu vários nomes e teve atuação diversa, muito em razão do quanto as telecomunicações viriam a se desenvolver e ganhar importância em termos nacionais. Em 1989 surge, com a resolução nº 5, a Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática (CÂMARA DOS DEPUTADOS, [201-?], não paginado).

A Constituição de 1988 decretou que uma das funções do Congresso Nacional seria justamente a “a apreciação dos atos de outorga e renovação de concessão, permissão e autorização para o serviço de radiodifusão sonora e de sons e imagens” (CÂMARA DOS DEPUTADOS, [201-?], não paginado). As deliberações acerca da criação de editais de concessão de radiodifusão e o eventual prosseguimento desses editais ficaria a cargo da CCTCI.

Idealmente, os membros que compõem a CCTCI seriam indivíduos que não possuem interesse além do que o bom desempenho de suas obrigações profissionais. Em outras palavras, os congressistas dessa comissão não deveriam possuir vínculos formais com empresas de rádio e televisão, conforme previsto no art. 38 da Lei 4.117, de 1962 (BRASIL, 1962).

Além disso, a Constituição Federal de 1988 buscou barrar a exploração política indevida do Estado por políticos, como consta no Artigo 54:

Art. 54. Os Deputados e Senadores não poderão: I - desde a expedição do diploma:  
a) firmar ou manter contrato com pessoa jurídica de direito público, autarquia, empresa pública, sociedade de economia mista ou empresa concessionária de serviço público, salvo quando o contrato obedecer a cláusulas uniformes;  
II - desde a posse:  
a) ser proprietários, controladores ou diretores de empresa que goze de favor decorrente de contrato com pessoa jurídica de direito público, ou nela exercer função remunerada (BRASIL, 1988);

A *realpolitik* demonstra um cenário diverso daquele promovido pelas leis. ZAPANI (2021, p.84) afirmou que: “diversos parlamentares federais são/foram sócios ou associados de concessões de radiodifusão e compuseram/compõem a CCTCI, bem como outorgam e renovam suas próprias concessões ou facilitam as de seus familiares, apadrinhados ou prepostos [...]”. Em levantamento feito pelo autor (2019-2022), 26 eram os parlamentares no Congresso Federal que eram donos de rádio ou TV (ZAPANI, 2021, p.85-6).

Evidentemente, nem todos os parlamentares são proprietários de veículos de comunicação de alcance nacional. A maioria deles está envolvida em concessões de rádio em seus municípios de origem. André Zapani (2021, p.88-9) fez um ótimo levantamento desses políticos, havendo, entre eles, políticos de expressão no Paraná, como Ricardo Barros, João Arruda, Maria Victória e Cida Borghetti.

Uma das formas pelas quais a situação acima torna-se possível é o fato do CBT seguir um conjunto de resoluções cujas defasagens são há muito conhecidas (CORREA DE BARROS; OLIVEIRA, 2022; PAGANOTTI, 2018). Um desses pontos reside em cláusula do Artigo 38 da Lei que prevê:

i) as concessionárias e permissionárias de serviços de radiodifusão deverão apresentar, até o último dia útil de cada ano, ao órgão do Poder Executivo expressamente definido pelo Presidente da República e aos órgãos de registro comercial ou de registro civil de pessoas jurídicas, declaração com a composição de seu capital social, incluindo a nomeação dos brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos titulares, direta ou indiretamente, de pelo menos setenta por cento do capital total e do capital votante (BRASIL, 2002).

Destaque para a parte “[...] declaração com a composição de seu capital social, incluindo a nomeação dos brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos titulares [...] de pelo menos setenta por cento do capital total e do capital volante” (BRASIL, 2002). Vê-se que o período é muito longo, um político poderia muito bem desvincular-se momentaneamente da empresa, ou ainda, a exemplo de Nagib Chede, utilizar de um “laranja” para desviar dessa obrigação.

Por mais que haja requerimento por parte da lei de uma exposição dos sócios com maior participação na concessão, não existe qualquer dispositivo legal que torne público o nome dos proprietários das emissoras. Dentro das obrigações legais, André Zapani (2021, p.82) advoga, as empresas demonstram pouco a nenhuma proatividade: quando existe a informação, encontrava-se imprecisa, incompleta, desatualizada ou inacessível.

Graças a isso, são várias as situações que constroem o CBT. Uma delas diz respeito à família Ricardo Barros e Cida Borghetti (marido e esposa) e a filha do casal, Maria Victória. De acordo com André Zapani (2021, p.86), cada um desses indivíduos era proprietário de diferentes rádios emissoras no município de Maringá<sup>8</sup>. A situação familiar viola algumas das leis destacadas anteriormente, mas a partir desse caso, pode ser vista outra fragilidade do Código Brasileiro de Telecomunicação, Art. 38:

g) a mesma pessoa não poderá participar da administração ou da gerência de mais de uma concessionária, permissionária ou autorizada do mesmo tipo de serviço de radiodifusão, na mesma localidade (BRASIL, 1962)

É bem verdade que as rádios possuem proprietários diferentes, quanto a isso não há infração. Contudo, Maria Victória, Ricardo Barros e Cida Borghetti, ao constituir

---

<sup>8</sup> Maria Victória é proprietária do Rádio Jornal AM; Cida Borghetti é proprietária da Rádio Difusora AM; a Rádio Ingá AM é propriedade de Ricardo Barros (ZAPANI, 2021, p.86).

uma unidade familiar, pode ser grande ingenuidade admitir que seus negócios corram paralelamente. As dinâmicas familiares próprias do campo da política são também existentes dentro dos veículos de radiodifusão.

Os autores Correa de Barros e Oliveira (2022, p.375 *apud* LIMA, 2004) denotam que a Rede Globo tem participação societária em 32 emissoras de televisão – ao passo que a norma legal (Decreto 236/67) limita a concessão para cinco frequências VHF, nível nacional, e duas UHF, nível regional. Nesse sentido há um ferimento do Artigo 220 da Constituição Federal de 1988, que estabelecia que na área de comunicação social não poderia haver oligopólio ou monopólio. A situação é a mesma há décadas, em 1995 a Família Marinho estava associada há 17 concessões de televisão e 20 concessões de rádio (LOBATO, 1995, p.37).

Quanto à fiscalização das obrigações previstas em lei, o setor da radiodifusão goza de certa liberdade. Diferentemente do que ocorre com a telecomunicação, em que há órgão regulador, a ANATEL, os proprietários de rádios e televisões devem responder ao Ministério das Comunicações, parte desmembrada do Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovações, em 2020. Precisamente, esta responsabilidade é do Departamento de Inovação, Regulamentação e Fiscalização, pertencente a Secretaria de Radiodifusão (MINISTÉRIO DAS COMUNICAÇÕES, 2023). O Ministério das Comunicações historicamente carrega a fama de não cumprir com as funções que lhe são próprias, entre elas a fiscalização (CORREA DE BARROS; SANTOS, 2022, p.375-6; ZAPANI, 2021, p.69).

A despeito de avanços tecnológicos e uma profissionalização da radiodifusão, velhas práticas políticas imperam no campo midiático. Em relação a outros momentos da história do Brasil, pode-se dizer que a cobiça estatal para a radiodifusão – em termos de uso ideológico dessas plataformas – aquietou-se, contudo, as negociações em bastidores entre políticos e empresários e entre políticos e políticos permanecem ativas.

### **Considerações finais**

Desde os primeiros passos da radiodifusão, em particular com o rádio, a partir de 1930, a tecnologia foi vista como um instrumento de controle em potencial. Em certo

sentido, a expectativa se cumpriu, seja na experiência Vargas (CORREIA, 2015) ou durante a Ditadura Militar (COSTA, 2012). A agenda de poder das autoridades máximas executivas serviu como trampolim para que muitos empresários de jornais impressos conseguissem outorgas de concessões de radiodifusão. Não se pode esquecer, é claro, das importantes relações que esses empresários possuíam com os políticos estaduais. No caso paranaense, a figura do governador apareceu com expressividade em diferentes ocasiões.

Com a exceção da atuação dos governadores, a distribuição de concessões de radiodifusão no Paraná pouco se distingue do que ocorreu e ocorre em todo território nacional. As instituições responsáveis pela fiscalização de rádios e televisões demonstraram-se pouco empenhadas no que concerne os aspectos de concessão, em especial a condição de parlamentares como proprietários das concessionárias.

Quando é verificado quem são os parlamentares que integram a Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática, acha-se a justificativa por sua esterilidade funcional. Muitos dos membros da CCTCI estão à frente de concessionárias de radiodifusão ou tinham parentes atuantes na área; o atual governador Carlos Massa, quando deputado federal em 2006, foi vice-presidente da referida comissão.

Em defesa da improdutividade, também há pouco a ser vigiado. O CBT, instituído em 1962 e ainda vigente, está muito defasado, de modo que concessionários se servem impropriamente de suas imprecisões e falhas. A maior delas, provavelmente, seja a ausência de obrigatoriedade de algum tipo de transparência. Por conta disso, canais de televisão e rádio simplesmente não tem seus quadros de sócios conhecidos, por menor ou maior que sejam. A ineficácia da CCTCI e do Ministério das Comunicações deve, nesse sentido, não ser vista com surpresa, mas sim como a normalidade. Normal tal qual entendia Durkheim, não no sentido do que deve idealmente ser, mas o que é por sua maior ocorrência.

A forma pela qual concessões de radiodifusão são distribuídas permanece, grosso modo, a mesma desde o início da telecomunicação na primeira metade do século XX. Por mais que o poder executivo central não dirija seu esforço para controle estreito da concessão de radiodifusão, e, posteriormente, do conteúdo das vencedoras da concorrência, o poder continua muito presente dentro das negociações.



Supostamente, o que está na mesa não é mais a outorga de canal em troca de apoio político. A interlocução de empresário, governador, presidente – típica das concessões no Paraná – perde força para as negociações entre empresários e políticos, quando não entre a própria classe política. Numa visão um tanto inflamada, a concessão de radiodifusão, atualmente, é pouco diferente de um balcão de loja, só não está claro de que lado a classe política está, se como cliente ou como comprador.

Nesse artigo foi observado somente um aspecto do vínculo entre imprensa e Estado. Estudos como o de ZAPANI (2021) demonstram como famílias envolvidas com radiodifusão possuem um itinerário de poder, entre a própria via midiática ou, eventualmente, ascendendo a cargos políticos. São muitos os objetos de pesquisa válidos a partir da problemática central do artigo. O coronelismo eletrônico (MELO; FEITOSA, 2021) ou a presença da Igreja Evangélica na radiodifusão (CAMPOS, 2004), por exemplo, são ilustrativos de como as fronteiras entre mídia e política podem ficar borradas. Essas e outras questões adensariam ainda mais a discussão sobre radiodifusão no Brasil e poderiam ser úteis na exibição de outros vícios típicos da telecomunicação nacional.

## Referências

ANDREOLA, Alessandro; MARTINS, Célio. **Ex-governador Paulo Pimentel faz 90 anos relembrando a carreira recheada de causos**. Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/politica/parana/ex-governador-paulo-pimentel-faz-90-anos-relembrando-a-carreira-recheada-de-causos-ajllfc2i4fmdmyihnnwwdzsa42/>. Acesso em 29 jun. 2023.

AZEVEDO JR., Aryovaldo. Fake news e as eleições brasileiras de 2018: o uso da desinformação como estratégia de comunicação eleitoral. **Revista Más Poder Local**, v.44: 81-108. 2021.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil**. 1988. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Constituicao/Constituicao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituicao.htm). Acesso em: 24 jan. 2023.

BRASIL. Lei nº4.117, de 27 de agosto de 1962. **Institui o Código Brasileiro de Telecomunicações**. Diário Oficial da União. 14 dez 1962. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/LEIS/L4117Compilada.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L4117Compilada.htm). Acesso em 21 jan. 2023.

BRASIL. Lei nº 10.610, de 20 de dezembro de 2002. **Dispõe sobre a participação de capital estrangeiro nas empresas jornalísticas e de radiodifusão sonora e de sons e imagens, conforme o § 40 do art. 222 da Constituição, altera os arts. 38 e 64 da Lei no 4.117, de 27 de agosto de 1962, o § 30 do art. 12 do Decreto-Lei no 236, de 28 de fevereiro de 1967, e dá outras providências.** Diário Oficial da União. 20 dez 2002. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/LEIS/2002/L10610.htm#38](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/2002/L10610.htm#38) Acesso em 29 jun. 2023.

CÂMARA DOS DEPUTADOS. **Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática.** Disponível em: <https://www2.camara.leg.br/atividade-legislativa/comissoes/comissoes-permanentes/cctci/atribuicoes/historico>. Acesso em 24 jan 2023.

CAMPOS, L. S. Evangélicos, pentecostais e carismáticos na mídia radiofônica e televisiva. **Revista USP**, [S. l.], n. 61, p. 146-163, 2004. DOI: 10.11606/issn.2316-9036.voi61p146-163. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/revusp/article/view/13327>. Acesso em: 30 jun. 2023.

CHEDE, Nagib. Entrevista de Nagib Chede ao jornalista Aramis Milarch. *Tabloide Digital*, 1985. Disponível em: <https://www.millarch.org/audio/nagib-chede>. Acesso em: 19 jan. 2020.

CORDEIRO, VANESSA MOREIRA. **Paulo Pimentel: um político do século XX e XXI.** 2005. Dissertação (Mestrado em Sociologia) Setor de Ciências Humanas da Universidade Federal do Paraná. Curitiba, 2005.

CORREA DE BARROS, Bruno; OLIVEIRA, Rafael santos. O poder político e a mídia de Massa: a perspectiva da fiscalização de concessões e outorgas de radiodifusão no Brasil. **Revista Brasileira de Políticas Públicas**, v. 12, n. 2, ago. 2022.

CORREIA, Genira Chagas. No Brasil, rádio e televisão influenciam relações políticas nas instâncias de poder. **Revista Compolítica**, v. 5, n. 2, 2015.

COSTA, Osmani Ferreira da. As relações políticas para a implantação das primeiras emissoras de tv no Paraná na década de 1960. **Patrimônio e memória**, v. 7, n. 2, p. 276-291, 2011.

COSTA, Osmani Ferreira da. **Televisão e política: uma história dos canais e redes de TV no Paraná (1954-1985).** Londrina: Eduel, 2012.

DALPÍCOLO, Sandro. **Uma nova luz na sala: histórias da TV Paranaense.** Curitiba: Arowak, 2010.

GEORGINO, Érica. **Nasce a tv brasileira: há 70 anos, acontecia a estreia da Tv Tupi.** Disponível em: <https://aventurasnahistoria.uol.com.br/noticias/reportagem/historia-rede-tupi-tv.phtml>. Acesso em 30 jun. 2023.

LOBATO, Elvira. **Política marca história das telecomunicações**. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/1995/9/03/brasil/14.html>. Acesso em 19 jan. 2023.

LOBATO, Elvira. Raio X das telecomunicações: oito grupos dominam as TVs do Brasil. **Comunicação e educação**, nº3, mai./ago. 1995.

MELO, Vinicius Holanda; FEITOSA, Gustavo Raposo Pereira. Coronelismo e a propriedade dos meios de comunicação: a influência da mídia no poder político. **Revista Videre**, v. 13, n. 28, 2021.

MINISTÉRIO DAS COMUNICAÇÕES. **Institucional**. Disponível em: <https://www.gov.br/mcom/pt-br/aceso-a-informacao/institucional>. Acesso em 24 jan. 2023.

MINISTÉRIO DAS COMUNICAÇÕES. **Código Brasileiro de Telecomunicações completa 60 anos**. Disponível em: <https://www.gov.br/mcom/pt-br/noticias/2022/agosto>. Acesso em 25 jan. 2023.

OLIVEIRA, Ricardo Costa. **O silêncio dos Vencedores**: genealogia, classe dominante e estado no Paraná. Curitiba: Moinho de Vento, 2001.

PORTAL PRESS. **Assis Chateaubriand, Chatô, o Cidadão Kane do Brasil**. Disponível em: <http://revistapress.com.br/revista-press/press-grandes-nomes/assis-chateaubriand-chato-o-cidadao-kane-do-brasil/>. Acesso em 21 jan. 2023.

PROGRAMA NACIONAL POR AMOSTRA DE DOMICÍLIOS CONTÍNUA. 2019. Disponível em: [https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101794\\_informativo.pdf](https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101794_informativo.pdf). Acesso em 19 jan 2023.

UOL. **Biografias: Assis Chateaubriand**. Disponível em: <https://educacao.uol.com.br/biografias/assis-chateaubriand.html>. Acesso em 20 jan 2023.

SOMMA NETO, João. **Ações e relações de poder: a construção da reportagem política no telejornalismo paranaense**. 2004. Tese (Doutorado) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2004. Acesso em: 23 jan. 2023.

SOMMA NETO, João; CALEFFI, Renata; COVALESKY DIAS, Eduardo. Política e Televisão: sistema de meios e concessões públicas no Brasil e na Argentina. **Comunicação Pública** [Online]. v.10 nº17 | 2015, Disponível em: <http://journals.openedition.org/cp/949>; DOI: <https://doi.org/10.4000/cp.949> Acesso em 24 jan 2023.

VIZEU, Alfredo; PORCELLO, Flávio; COUTINHO, Iluska. **60 anos de telejornalismo no Brasil: História, análise e crítica**. Florianópolis: Insular, 2010.

ZAPANI, André. **Coronelismo eletrônico no Paraná: estado, mídia e parentelas em querelas (nada) rastaqueras**. Tese (Doutorado em Sociologia). - Setor de Ciências Humanas da Universidade Federal do Paraná. Curitiba, 2021.