

## Parte III - Comparando países. Análise temática das regulamentações

### 11. O fator nacionalismo

Othon Jambeiro

SciELO Books / SciELO Livros / SciELO Libros

JAMBEIRO, O. O fator nacionalismo. In: *Regulando a TV: uma visão comparativa no Mercosul* [online]. Salvador: EDUFBA, 2000, pp. 180-193. ISBN 978-85-232-1228-5. Available from SciELO Books <<http://books.scielo.org>>.



All the contents of this work, except where otherwise noted, is licensed under a Creative Commons Attribution-Non Commercial-ShareAlike 3.0 Unported.

Todo o conteúdo deste trabalho, exceto quando houver ressalva, é publicado sob a licença Creative Commons Atribuição - Uso Não Comercial - Partilha nos Mesmos Termos 3.0 Não adaptada.

Todo el contenido de esta obra, excepto donde se indique lo contrario, está bajo licencia de la licencia Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 3.0 Unported.

---

# O Fator Nacionalismo 11

A indústria da TV a cabo nos países signatários do Mercosul - Argentina, Brasil, Paraguai e Uruguai - tem sido, de modo geral, marcada por dispositivos de caráter nacionalista, principalmente no que diz respeito ao controle da concessão e ao caráter da programação. A preservação dessa característica pode contribuir para o distanciamento das principais tendências mundiais, que sinalizam para uma economia de livre mercado. A limitação ao fluxo de produtos culturais e de recursos humanos no setor da radiodifusão pode representar um obstáculo à definitiva e completa integração dos países membros.

Desde já vale ressaltar que algumas determinações legais de teor nacionalista – principalmente aquelas relativas à programação – nem sempre são cumpridas pelas empresas de radiodifusão. Este fator, somado à falta de estímulo à produção nacional, está provocando em alguns casos a invasão de programas dos demais países membros do Mercosul e a dependência em termos de programação. Pode-se afirmar que enquadram-se nesse caso o Paraguai e o Uruguai. Cria-se assim uma situação que também acaba contrariando o espírito do Mercosul, que pressupõe um intercâmbio igualitário entre os países.

Este capítulo pretende analisar como o nacionalismo é abordado nos diversos documentos legais, determinando os principais fatores que contribuem para a conservação desse princípio, mesmo diante das intensas pressões no sentido de uma regulamentação flexível. Para tanto, é traçado, inicialmente, um breve panorama das transformações fundamentais introduzidas pelo fenômeno da globalização e sua relação com o nacionalismo.

Em seguida, tenta-se definir como a ideologia nacionalista se reflete nos diversos dispositivos relacionados à indústria da TV. As limitações no campo da radiodifusão são estudadas a partir de duas vertentes: 1) restrições relacionadas à

programação das emissoras e 2) proibições relativas à propriedade das empresas, englobando a participação de estrangeiros, assim como contratos ou convênios estabelecidos com outros países.

## **Nova Ordem Mundial x Nacionalismo: O Grande Antagonismo Global**

Os primeiros sinais das profundas transformações que caracterizam a nova ordem mundial foram observados logo após a Segunda Guerra Mundial. O mundo vivenciou a internacionalização do capital que, gradativamente, perdia seu caráter nacional. Durante os 40 anos que se seguiram após a guerra, a globalização do capitalismo aparece como um dos fatores que contribuíram para a desarticulação do bloco soviético, levando os seus países signatários a, pouco a pouco, irem adotando a economia de mercado. Os anos 90 se iniciaram com a humanidade tendo ultrapassado a Guerra Fria e a antiga disputa ideológica entre capitalismo e socialismo, embora vários elementos desta contradição ainda permaneçam visíveis. A economia mundial toma novos rumos, apontando para a radicalização do chamado livre mercado, através do receituário neoliberal.

Como aponta Octávio Ianni (1996: 46), a expansão do capitalismo introduziu uma nova divisão internacional do trabalho, flexibilizando os processos produtivos, favorecendo, assim, as corporações e conglomerados transnacionais. Este modelo, conhecido como Toyotismo (modelo japonês), permitiu ao capitalismo uma nova fase de acumulação mundial, em resposta a crise do modelo fordista.

Segundo Ricardo Antunes (1995: 16) este modelo busca ensaiar novas *“modalidades de desconcentração industrial, buscam-se novos padrões de gestão da força de trabalho, dos quais os Círculos de Controle de Qualidade (CCQs), a ‘gestão participativa’, a busca da ‘qualidade total’, são expressões visíveis não só no mundo japonês, mas em vários países de capitalismo avançado e do Terceiro Mundo industrializado. O Toyotismo penetra, mescla-se ou mesmo substitui o padrão fordista dominante, em várias partes do capitalismo globalizado.”*

O mundo ganhou uma nova configuração, onde o que era local, regional e nacional transformou-se também em global. As antigas fronteiras culturais, lingüísticas e religiosas vêm sendo progressivamente superadas. As principais instituições da sociedade estão sendo mundializadas e princípios como livre mercado, produtividade e lucratividade vêm se tornando padrões para os mais diferentes povos espalhados pelo planeta.

Acompanhando as tendências mundiais, empresas de comunicação, em número crescente, estão sendo organizadas globalmente. Os diversos meios, reunidos em redes multimídia nacionais e internacionais, desempenham papel fundamental na disseminação de interesses, valores e ideologias em escala global. Graças às inovações tecnológicas e ao avanço da informática os meios de comunicação de massa adquirem maior alcance, atravessando todas as fronteiras. Neste sentido Mark Poster (1996: 97) acentua que o espaço e o tempo começam a deixar de ser empecilhos para a troca de informações, concluindo que a aldeia global concebida pelo comunicólogo canadense Marshall McLuhan está cada vez mais próxima de ser tecnicamente realizável.

No entanto, ao disseminar informações em escala planetária, o fenômeno da globalização é acusado de acelerar um processo de homogeneização das diferentes culturas. Ou seja, inúmeras produções televisivas estariam sendo transmitidas, conectando instantaneamente distintas comunidades, independentemente das diversidades nacionais, culturais ou lingüísticas.

Em virtude disso, paralelamente à incontrolável tendência de desterritorialização provocada pela globalização, é possível diagnosticar uma reação contra a possibilidade de invasão por uma cultura estrangeira, e a conseqüente destruição das peculiaridades nacionais.

Maria Nazareth Ferreira (1993:43) defende que a cultura planetária dos *media* tem sido determinante para a perda de referencial das sociedades. Ressalta, ainda, que o temor provocado pela ameaça de desaparecimento dos signos culturais de identidade reforça uma volta ao passado como busca da referência cultural perdida em decorrência da comunicação globalizada.

Em contraposição à expansão das economias multinacionais constata-se sinais de ressurreição de nacionalismos, além de regionalismos e movimentos fundamentalistas de todos os tipos. O fato da globalização representar um desafio à pluralidade da humanidade suscita, nos mais distintos lugares, seu contrário: o renascimento dos particularismos e o fortalecimento entre os povos do orgulho da herança de seus antepassados, de sua língua, seus costumes e religião. Esse parece ser um dos grandes antagonismos do mundo globalizado.

O nacionalismo pode ser evidenciado nas disputas pela reconquista da autonomia. Muitas comunidades com descendência, língua, cultura e religião comuns lutam pela derrubada de governos imperiais ou coloniais, objetivando a criação de Estados independentes ou a separação de um Estado já consolidado. Exemplos recentes são os movimentos europeus, como os dos bascos e de várias minorias ou nacionalidades da ex-União Soviética.

No lugar da antiga disputa ideológica entre capitalismo e socialismo, o mundo assiste a um choque de civilizações em busca de identidades. Simultaneamente à proposta de integração, a tendência globalizante provoca fragmentação e cria um terreno fértil para desenvolvimento de fundamentalismos religiosos no Oriente Médio e ódios étnicos na África e na antiga Iugoslávia, onde movimentos de independência provocaram a guerra entre sérvios, croatas e bósnios.

Ao lado da desterritorialização, surgem também espaços para a autonomia e singularização. Assim, continuam brotando cidadanias minoritárias que postulam o direito à diferença. Neste sentido, podemos concluir que enquanto muitas fronteiras se rompem, outras são recriadas. Marshall Berman (1996: 90) afirma que: *“a experiência da modernidade anula todas as fronteiras geográficas e raciais, de classe e nacionalidade, de religião e ideologia; nesse sentido, pode-se dizer que a modernidade une a espécie humana. Porém, é uma unidade paradoxal, uma unidade de desunidade: ela nos despeja a todos num turbilhão de permanente desintegração e mudança, de luta e contradição, de ambigüidade e angústia”*.

Alguns autores que analisam o fenômeno de mundialização não acreditam que este possa provocar a destruição das tradições culturais dos diversos povos. Condenam, por conseguinte, posicionamentos radicais de exaltação do nacional e do local em detrimento do universal como uma maneira de resgatar e preservar a identidade. Argumentam que o nacional pode não somente conviver, mas igualmente ser estimulado quando confrontado com o global. Dessa forma, a globalização só seria concebida em conjunto com a multiplicidade de nacionalidades, culturas e classes.

Mas vale considerar que a forma com que cada nacionalidade se insere no meio globalizado é de certa maneira peculiar, permitindo aí relações de poder e de exploração dos países centrais sobre os chamados países periféricos. E além do mais, esta inserção é opcional, cabendo a cada país um certo nível de liberdade para a escolha da forma como irá se inserir no meio globalizado, diferente das idéias que pregam a inevitabilidade dos efeitos da globalização sobre as economias nacionais.

Em *O Local na era da globalização*, Alain Herscovici, explica que “*a própria dinâmica da cultura mundial implica na necessidade de manter um nível mínimo de diversidade entre as diferentes culturas para poder alimentar o sistema com produtos ‘novos’*. De um ponto de vista mais geral, a manutenção de um mínimo de diversidade é necessária para manter a coerência antropológica e econômica do sistema” (1995: 11).

Partindo do pressuposto de que a integração e a homogeneização caminham lado a lado com a fragmentação e contradição, Octávio Ianni (1996: 90) acredita que o vasto processo de globalização do mundo também permite contemplar as diversidades locais, nacionais e regionais. Neste contexto, os padrões, valores e instituições globais somente são efetivados quando em contato com os particularismos de cada grupo.

Assim, o autor defende que o mundo continuará sendo povoado por diferentes tradições culturais, lingüísticas e religiosas. Estas não apenas permanecem, mas têm chances de se expandir. Argumenta, ainda, que nas corporações transnacionais<sup>68</sup> tudo é planejado com extremo rigor, pois o objetivo é levar em consideração todas as peculiaridades e potencialidades dos múltiplos mercados.

Para esses autores o nacionalismo exacerbado e o receio de destruição das identidades nacionais parecem idéias ultrapassadas. Mais coerente seria encarar o nacionalismo a partir de uma nova configuração, na qual seja possível estabelecer intercâmbios entre produções regionais, nacionais e internacionais. Como explica Stuart Hall:

“... ao invés de pensar o global substituindo o local, seria mais cuidadoso pensar numa nova articulação entre global e local. Este ‘local’ não deve ser, naturalmente, confundido com antigas identidades, firmemente enraizadas em localidades demarcadas. Mais propriamente, ele opera no interior da lógica da globalização. Porém, parece improvável que a globalização venha simplesmente destruir as identidades nacionais. É mais provável que produza, simultaneamente, novas identificações globais e locais” (Hall, 1994: 145).

A partir das visões de Ianni, Herscovici e Stuart Hall os trânsitos culturais não constituem fator determinante para a homogeneização de um grupo. Pelo contrário, essa trocas muitas vezes reforçam as mais diversas tradições e costumes. Ao serem importados, os produtos da mídia global sofrem constantemente adaptações e reelaborações locais.

Alain Herscovici (1995: 10) defende que raramente as produções locais possuem traços intrinsecamente locais. Segundo ele, essas características são formadas por reapropriações diferenciadas de elementos provenientes da cultura mundial. Assim, quebra-se o mito de uma identidade cultural pura e fechada dentro de limites rigidamente estabelecidos.

O nacionalismo herdado das ditaduras e movimentos populistas na América Latina, quando exacerbado, pode se constituir num empecilho para a concretização de uma real integração entre os países do Mercosul, prejudicando os esforços de aproximação entre as comunidades.

## **Conseqüências na Programação**

As determinações nacionalistas presentes nas legislações dos países do Mercosul evidenciam restrições quanto ao conteúdo da programação veiculada pelas emissoras,

assim como em relação à publicidade transmitida. No entanto, na maioria dos casos as normas legais são desobedecidas.

Na Argentina o art.15 da Lei n.º 22.285 determina que as emissões de radiodifusão serão transmitidas em castelhano e, caso sejam difundidas em outras línguas, devem ser traduzidas simultaneamente exceto nos seguintes casos: 1) Letras de composições musicais; 2) Os programas destinados ao ensino de línguas estrangeiras; 3) Os programas da Radiodifusão Argentina ao Exterior (RAE); 4) Os programas de coletividades estrangeiras e aqueles em que se usem línguas aborígenes, com prévia autorização do Comitê Federal de Radiodifusão. O artigo ainda acrescenta que *“las películas o series habladas en lenguas extranjeras que se difundan por televisión, serán dobladas al castellano, preferentemente por profesionales argentinos”*.<sup>69</sup>

Os anúncios publicitários devem observar critérios éticos, expressar-se em castelhano e serem de produção nacional. A publicidade está limitada a doze minutos para cada período de uma hora contados a partir do início da programação, e deve ser toda produzida no país.

No entanto, esse dispositivo não é rigorosamente cumprido. Na prática é possível constatar-se que a maioria das dublagens na Argentina é feita por mexicanos, que dominam a indústria do setor no país.

No Uruguai a programação passa pelo mesmo tipo de fiscalização. O art. 30 do Decreto n.º 734/78 estabelece que *“La transmisión de programas en idioma extranjero deberá obtener la autorización de la Dirección Nacional de Comunicaciones y estar a sus directivas - especificándos e si se trata de una emisión de enseñanza de la lengua, el espacio de una colectividad dada, una expresión cultural, informativa, miscelánea o de comentarios. Se tendrá a la orden la traducción correspondiente. Estos programas estarán sometidas a las mismas responsabilidades de los nacionales”*.

A publicidade também sofre forte controle no Uruguai, que obriga ter o mínimo de 80% de suas veiculações produzidas no país e executadas totalmente por profissionais uruguaios ou estrangeiros radicados no país.<sup>70</sup> Os anúncios devem



ainda ser enviados mensalmente para a Direção Nacional de Comunicações especificando a nacionalidade dos locutores, autor do *jingle*, instrumentação musical e empresa gravadora ou filmadora dos mesmos.

Também no Uruguai pode-se evidenciar que a existência dos princípios nacionalistas constantes nos documentos legais não estão sintonizados com a realidade. De acordo com o deputado Abdala, no que se refere ao art. 29 do decreto 734/80, a legislação tem urgência relativa, sendo o limite de 80% para publicidade desrespeitado. Ele afirma que apesar do Uruguai seguir uma política nacionalista, essa preocupação se expressa com maior rigor no que diz respeito à titularidade das emissoras.

Na Argentina a fiscalização em relação à invasão de produções estrangeiras na programação aparece de modo marcante através do art. 8, do Decreto n.º 286/81, que fixa a proporção mínima de programas de produção nacional em 40% das emissões diárias. Além disso, a legislação exige que seja dada preferência às obras de autores nacionais e interpretações de artistas argentinos (art.19 da Lei n.º 22.285). Também neste caso a determinação legal parece não ser cumprida. Alejandro Grimson, pesquisador da Universidade de Buenos Aires (UBA) afirma que em algumas emissoras a produção local atinge apenas 20% da programação total<sup>71</sup>.

No Brasil as emissoras de radiodifusão podem transmitir programas em idioma estrangeiro. No entanto, existe uma preocupação com a imagem do país a ser veiculada no exterior. As produções brasileiras em línguas estrangeiras, destinadas à divulgação de assunto de interesse nacional, devem antes ser aprovadas pelo Ministério das Relações Exteriores, como aponta o parágrafo 1º do art.75 do Decreto n.º 52.795/63.<sup>72</sup>

O artigo seguinte do mesmo decreto destaca que também cabe ao Ministério das Relações Exteriores organizar programas em idioma estrangeiro para divulgar assuntos de interesse do País no exterior. A transmissão é feita pela Agência Nacional e emissoras oficiais.

Em relação a TV a cabo, o Brasil se limita a controlar a distribuição de um pacote básico de canais que garanta a expressão de diversos setores da sociedade como Senado, Câmara dos Deputados, Universidades e comunidades, além de dar

garantia de distribuição dos canais de VHF e UHF. A legislação brasileira estipula também três tipos de canais que devem ser obrigatoriamente disponibilizados pela concessionária: os canais básicos de utilização gratuita; os canais destinados à prestação eventual de serviços; e os canais destinados a prestação permanente de serviços. Os outros canais são de livre programação da operadora e não sofrem nenhum limite de conteúdo.

O Paraguai possui determinação semelhante ao fixar que *“Los programas de radiodifusión de alta frecuencia com destino al exterior serán realizados por el Estado; las estaciones privadas sólo podrán prestar este servicio mediante autorización especial del Organismo Oficial Competente”* <sup>73</sup>

É importante ressaltar que em termos de programação o Paraguai e o Uruguai estão em desvantagem junto ao Brasil e à Argentina, já que a produção nacional desses países é restrita sendo incapaz de competir com os outros membros do Mercosul. Como resultado dessa desigualdade, a programação vem sendo invadida por produções estrangeiras e em muitos casos torna-se dependente do Brasil e da Argentina. No canal 13 do Paraguai, por exemplo, apenas 43% da programação é ocupada com produção paraguaia. Os programas argentinos e principalmente as telenovelas brasileiras ocupam boa parte das transmissões.

## **O Nacionalismo no Controle de Propriedade**

Além das restrições relativas à programação, as legislações da Argentina, Brasil, Paraguai e Uruguai possuem dispositivos que limitam o fluxo internacional de mão-de-obra. Em consequência poderá haver tensão entre tais dispositivos e a tendência de integração entre os quatro países, que certamente conduzirá à livre circulação de recursos humanos e capitais.

No plano mundial, com a intensificação da internacionalização do capital, as corporações que antes se concentravam apenas nos principais centros econômicos passam a desenvolver zonas de produção nos mais diversos países. Multiplicam-se, assim, as corporações e conglomerados multinacionais e transnacionais, que estão

cada vez mais integrando atividades e estabelecendo contratos em vários países. Até o ano passado metade dos prédios, máquinas e laboratórios, assim como mais da metade dos funcionários das dez maiores corporações mundiais estavam fora dos seus países de origem. As operações no estrangeiro rendem para essas empresas nada menos que 61% do seu faturamento. Um terço do comércio internacional refere-se a trocas entre unidades produtivas das empresas transnacionais (Cf. Revista Veja: A Roda Global. Editora Abril, Edição 1438, 03.04.96, p. 83).

O desenvolvimento da informática tem propiciado a intensificação e generalização das comunicações, permitindo que as empresas do setor acompanhem as novas tendências de conglomeração e transnacionalização. Como mercadorias tradicionais, hoje vendem-se informações em escala mundial. Os diferentes meios de comunicação integram-se em complexos industriais, que passam a operar simultaneamente empresas de jornais, revistas, rádios, televisão, livros, filmes, discos, vídeo, telefonia e transmissão de dados. Os acordos e fusões na área tem se multiplicado, provocando uma onda de concentração jamais vista.

Tendo em vista esta tendência à concentração, a legislação brasileira sobre TV a cabo incorporou alguns dispositivos anti-multimidiatizantes, que tentam evitar o controle de uma só empresa em vários ramos da área de telecomunicações. A norma 13/96 (revisada em 1997) estabelece limites para a outorga de concessão em *“no máximo para sete áreas de prestação do serviço com população igual ou superior a setecentos mil habitantes; e, no máximo para doze áreas de prestação do serviço com população igual ou superior a trezentos mil e inferior a setecentos mil habitantes”*; para cada concessionária. Estes limites consideram somente as *“áreas de concessão em que a concessionária do Serviço de TV a Cabo explora o serviço sem competição com outros prestadores de serviços de distribuição de sinais de televisão mediante assinatura, excluídos os serviços distribuídos via satélite”* (5.1.1 e 5. 1. 2).

Também os editais de TV a Cabo, referentes às licitações iniciadas em 1997, estabelecem condições de participação que vedam a participação de empresa: *“que*

*seja coligada, controlada ou controladora de outra participante desta licitação, numa mesma área de prestação do serviço, salvo em relação às empresas das quais é consorciada mediante um único consórcio; que seja exploradora do Serviço de TV a Cabo em área ou parte de Área de Prestação de Serviço, objeto da licitação; que seja coligada, controlada ou controladora de entidade exploradora do Serviço TV a Cabo em área ou parte de Área de Prestação de Serviço, objeto da licitação”.* (4 – Condições de participação).

A limitação de propriedade cruzada também está presente, nestes editais, no critério de pontuação que pune em seis pontos cada candidata à concessão que tiver dez ou mais concessões em todo o território nacional e em dez pontos para as empresas com quatro ou mais concessões na mesma área requerida e seis ou mais em outras áreas de licitação.

No entanto, nos países que compõem o Mercosul, o crescimento assustador do desemprego parece contribuir para a permanência de protecionismos, expressos através do caráter nacionalista dos documentos legais. Pode-se afirmar, então, que simultaneamente à lógica capitalista de derrubada de barreiras, em muitos casos também estão aumentando as medidas relativas à proteção do mercado.

O caráter nacionalista das legislações da Argentina, Brasil, Paraguai e Uruguai pode ser evidenciado principalmente no que se refere ao controle de propriedade por parte das empresas que executam serviços de radiodifusão. A exceção é a regulamentação do Paraguai, onde o decreto 14.135/96 se mostra influenciado por princípios liberais. Exemplo disso é o art. 64, pelo qual se permite a participação de empresas estrangeiras na radiodifusão, exigindo-se apenas que estas sejam instaladas no país ou tenham um representante no Paraguai<sup>74</sup>.

Entre os países que compõem o Mercosul, o Brasil é o que apresenta maior protecionismo. De acordo com o art. 4 do Decreto 236/67, só poderão executar serviço de radiodifusão *“as sociedades nacionais por ações nominativas ou por cotas, desde que subscritas, as ações ou cotas, em sua totalidade, por brasileiros natos”*. Em seu parágrafo único acrescenta que *“nem as pessoas jurídicas,*

*excetuados os partidos políticos nacionais, nem estrangeiros, poderão ser sócios ou participar de sociedades que executem serviço de radiodifusão, nem exercer, sobre ela, qualquer tipo de controle direto ou indireto”.*

A Constituição, em seu art. 222 adiciona que a propriedade de empresa de radiodifusão de sons e imagens é privativa de brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos. O art. 15 do Decreto 52.795/63, reforça esta exigência, aplicando-a como requisito para a habilitação.

Em relação a TV a cabo o controle é mais brando, pois só obriga que 51% do controle do capital com direito a voto da concessionária deverá ser de brasileiro nato ou naturalizado, há mais de dez anos (Lei n. 8.977 art. 7). As empresas estrangeiras que não funcionem no país para se habilitar à operar o serviço (dentro do limite de 49%) devem atender as exigências da regulamentação mediante apresentação de *“documentos equivalentes, autenticados pelos respectivos consulados e traduzidos por tradutor juramentado, devendo ter representação legal no Brasil com poderes expressos para receber citação e responder administrativa ou judicialmente.”* (Art. 25, parágrafo único).

Na Argentina, de acordo com o art. 46 da Lei 22.285, era proibido o investimento estrangeiro na radiodifusão. No entanto, esse procedimento se tornou legal devido ao Tratado de Promoción y Protección Recíproca de Inversiones ratificado pela Lei 24.356, de 1994.

No Uruguai os solicitantes devem ser uruguaios e ter domicílio permanente na localidade. As ausências prolongadas fora do país, salvo aquelas com justificacão adequada, podem acarretar até mesmo o cancelamento das autorizações.<sup>75</sup>

No Brasil o nacionalismo está presente não só em relação às restrições à propriedade, mas também nas disposições acerca da direção e quadro de funcionários das empresas. O Decreto 52.795/63, em seu art.8, determina que os diretores e gerentes das empresas de radiodifusão devem ser obrigatoriamente brasileiros natos.

O art. 28, item 6, do mesmo documento fixa ainda que as concessionárias e permissionárias devem *“admitir, como técnicos encarregados da operação de equipamentos transmissores somente brasileiros ou estrangeiros com residência*

*exclusiva no País, permitida, porém, em caráter excepcional e com autorização expressa do Ministério das Comunicações a admissão de especialistas estrangeiros, mediante contrato”.*

O art. 38 da Lei 4.117/62 reforça as determinações do art. 8 e 28 do decreto 52.795. No entanto, o parágrafo 3º do art. 42 permite que as emissoras públicas prestadoras de serviços de telecomunicações contratem funcionários dentro ou fora do país para exercer funções relativas à instalação e uso de equipamentos especiais.

No Uruguai as normas nacionalistas relativas à reserva de mão-de-obra aparecem no art. 11 do decreto 734, que fixa que diretores, gerentes e administradores de empresas concessionárias devem ser uruguaios e residentes no país. No art. 28, item 3, do mesmo decreto as limitações se acentuam já que este prevê como obrigação das emissoras a *“promoción y aplicación de recursos humanos nacionales: artísticos, profesionales, técnicos, culturales”*. Por fim, o art.38 deste documento determina que cabe aos órgãos públicos assegurar a proteção aos artistas nacionais.

No Brasil as concessões ou autorizações decorrentes de convênio com outro país são passíveis de cassação, como aponta o art.68 da Lei 4.117/62 <sup>76</sup>. O Decreto 236/67 proíbe as empresas de radiodifusão de manter contratos de assistência técnica com empresas ou organizações estrangeiras, tanto em relação à administração quanto ao que diz respeito à orientação (art.7). No entanto, acrescenta que: *“A vedação a que se refere este artigo não alcança a parte estritamente técnica ou artística da programação e do aparelhamento da empresa, nem se aplica aos casos de assistência técnica com empresa ou organização estrangeira, não superior a seis meses e exclusivamente referente à fase de instalação e início de funcionamento de equipamentos, máquinas e aparelhamentos técnicos.*

Os artigos 8 e 6 do Decreto 236/67 e da Lei de Imprensa, respectivamente, fixam que qualquer contrato com organização estrangeira deve ter autorização do Ministério das Comunicações. Proíbe também que as empresas estrangeiras tenham participação nos lucros. Já no Uruguai as radiodifusoras são proibidas de receber

doações de Governos ou Estados estrangeiros, a não ser com autorização do Executivo e em caso de material de programação.<sup>77</sup>

É possível observar que de um modo geral as legislações ainda conservam um forte nacionalismo que se reflete, principalmente, na tendência ao protecionismo e à reserva de mercado. Este aspecto nos remete à uma das principais críticas feitas às novas tendências: o fato da globalização econômica estar provocando um aumento substancial, e em ritmo veloz, do desemprego.

No entanto, ainda não se sabe ao certo até que ponto a reserva de mercado é capaz de criar empregos. Os mais otimistas garantem que a influência da competição estrangeira é mínima. O principal exemplo utilizado neste caso é o dos Estados Unidos que, apesar da abertura econômica, foi capaz de criar nos últimos vinte anos 35 milhões de empregos. Já nos países da Europa, onde o grau de protecionismo é muito maior, a taxa de criação de novos empregos corresponde a zero (Cf. Revista Veja: A Roda Global. Editora Abril, edição 1438, 03.04.96, p.87).

O fato é que diante das novas e radicais mudanças observadas no mundo, os países já não podem impor proteções extremamente rigorosas aos seus mercados. De acordo com as regras do livre mercado, o país que impõe barreiras tem grandes chances de ser marginalizado e excluído de muitos investimentos. Assim, também tem pouco acesso a inovações tecnológicas e, conseqüentemente, pode deixar de ser competitivo.