

DÉBORA BURINI

TV BRASIL: UMA EMISSORA PÚBLICA EM CONSTRUÇÃO
Ações e controvérsias 2007-2010

Universidade Metodista de São Paulo
Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social
São Bernardo do Campo – SP, 2010

FICHA CATALOGRÁFICA

Burini, Débora

TV Brasil: uma emissora pública em construção ações e controvérsias 2007-2010 / Débora Burini – São Paulo, 2010.

207 p. Vol. I / 245 p. Vol. II

Tese (doutorado em Comunicação Social) – Faculdade de Comunicação da Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 2010.

Orientação: Maria das Graças Conde Caldas

1. Comunicação
2. Democratização da Comunicação
3. Políticas Públicas
4. Televisão
5. Emissora Pública
6. TV Brasil I. Título

DÉBORA BURINI

TV BRASIL: UMA EMISSORA PÚBLICA EM CONSTRUÇÃO
Ações e controvérsias 2007-2010

Tese apresentada em cumprimento parcial às exigências do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da UMESP - Universidade Metodista de São Paulo, para obtenção do grau de Doutor. Orientadora: Prof^a. Dra. Graça Caldas.

Universidade Metodista de São Paulo
Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social
São Bernardo do Campo – SP, 2010

FOLHA DE APROVAÇÃO

A tese de doutorado sob o título “**TV Brasil, Uma Emissora Pública Em Construção. Ações e Controvérsias 2007 - 2010**”, elaborada por **DÉBORA BURINI** foi defendida e aprovada em **06 de dezembro de 2010**, perante banca examinadora composta por Prof^a Dr^a Graça Caldas (Presidente/UMESP), Prof^a Dr^a Cicília M. Krohling Peruzzo (Titular/ UMESSP), Prof. Dr. Fábio Botelho Josgrilberg (Titular/ UMESSP), Prof. Dr. Laurindo Leal Filho (Titular/ USP), Prof. Dr. Eugênio Bucci (Titular/ USP).

Declaro que a autora incorporou as modificações sugeridas pela banca examinadora, sob a minha anuência enquanto orientadora, nos termos do Art. 34 do Regulamento dos Cursos de Pós-Graduação.

São Bernardo do Campo, 01 de fevereiro de 2011.

Profa. Dra. Maria das Graças Conde Caldas
Orientadora e Presidente da Banca Examinadora

Prof. Dr. Laan Mendes de Barros
Coordenador do Programa de Pós-Graduação

Programa: Pós-Graduação em Comunicação Social

Área de Concentração: Processos Comunicacionais

Linha de Pesquisa: Comunicação Científica

Projeto de Temático: Mídia e Poder

DEDICATÓRIA

Aos meus pais, Raul e Carmela, pelo amor incondicional, exemplos de coragem, força, honestidade e dignidade. Ao meu irmão, Osmar Burini (*in memoriam*) sangue do meu sangue. Ao meu tio Vicente Giannatacio Filho (*in memoriam*) que ficaria muito orgulhoso de mais uma conquista em minha vida. E minha tia Magdalena Giannatacio, pelo amor e apoio.

“Na minha opinião, a televisão é e será aquilo que nós fizermos dela”

Arlindo Machado, 2001

AGRADECIMENTOS

Agradeço...

...a Deus, pela vida, saúde, inspiração, e por proporcionar muitas realizações em minha vida;
...em especial, à minha orientadora Profa. Dra. Graça Caldas, fiel escudeira, pela experiência, garra, incentivo, paciência, e por todo o carinho que sempre manteve durante os momentos mais difíceis dessa trajetória;

...à Profa. Dra. Anamaria Fadul, pelos primeiros encaminhamentos na pesquisa;

...ao Coordenador da Pós-Graduação da Universidade Metodista de São Paulo (UMESP), Prof. Dr.

Sebastião Squirra, pelo incentivo e compreensão durante minha trajetória no Programa.

...aos professores da UMESp, José Marques de Melo, Maria Cristina Gobbi, Wilson Bueno, Isaac Epstein, Sandra Reimão, Antonio Carlos Ruótolo, Graça Caldas e Elizabeth Moraes Gonçalves pelos conhecimentos transmitidos nas aulas;

...às funcionárias da UMESp, Secretaria Acadêmica e do Programa, Katia Aparecida Bizan Franca, Márcia Pitton, Lucineide Caixeta e Vanete Gonzaga da Rocha Viegas, pela atenção e apoio;

...aos colegas Paulo César Rosa, Roberto Gondo Macedo, Vanderli Duarte de Carvalho, Laura Tresca, Fabiana Campos Franco, Rosana Zan, Maria Cleidejane Esperidião, Sônia Padilha, Carmen Amorim, James Maxwell, Célia Regina Silva, Marcelo Conteçote, por dividirem comigo momentos alegres e tristes em nossas vidas cotidiana e acadêmica;

...a Letícia Passos Affini, pela amizade e incentivo;

...ao grande amigo Jefferson José Ribeiro de Moura, companheiro de trabalho e grande incentivador nesta e em outras lutas;

...ao Eugênio Bucci, Laurindo Leal Filho, Jonas Valente, Tereza Cruvinel, José Roberto Garcez, Bia Barbosa, por terem compartilhado comigo informações relevantes a esta tese;

...a Andréia Barboza Stelet pelas palavras de incentivo;

...aos alunos Rubens Yuki Ishara e Ellen de Moraes Barreira pela ajuda técnica;

...aos professores Sebastião Squirra e Fábio Botelho Josgrilberg pelas críticas e sugestões no Exame de Qualificação;

...a todos aqueles que contribuíram, direta ou indiretamente, para a realização deste trabalho;

Obrigada a todos.

Lista de Figuras

Quadro 01 – Situações relevantes para diferentes estratégias de pesquisa.....	20
Quadro 02 – Grade de Programação <i>TV Brasil</i> 26/10/2009.....	33
Quadro 03 – Grade de Programação <i>TV Brasil</i> 29/10/2009.....	34
Quadro 04 – Capítulo V – Lei nº 8.977 – 06/06/1995.....	74
Quadro 05 – Quadro da matriz de emissoras públicas no mundo.....	84
Figura 06 – Organograma dos Conselhos da EBC.....	99
Quadro 07 – Decreto N° 6.246 – 24/10/2007.....	105
Figura 08 – Estrutura de funcionamento do Conselho Curador da EBC.....	106
Figura 09 – Diretoria Executiva da EBC – Empresa Brasil de Comunicação.....	111
Quadro 10 – Ocupação dos conselheiros representativos da sociedade civil.....	115
Quadro 11 – Classificação de mensagens dos telespectadores recebidas pela Ouvidoria.....	122
Figura 12 – Esquema de transmissão de sinais via satélite.....	133
Figura 13 – Mapa com alcance da oferta de sinal por parabólica em todo Brasil.....	135
Figura 14– Mapa com distribuição da oferta de sinal aberto por Estados.....	137
Figura 15 – Mapa com distribuição da oferta do sinal pela operadora Oi.....	138
Figura 16 – Mapa com o sinal das operadoras de TV por assinatura (via parabólica).....	139
Figura 17 – Mapa com abrangência do sinal da operadora NET.....	140
Figura 18 – Mapa com abrangência do sinal digital da operadora TVA.....	141
Quadro 19 – Grade de programação <i>TV Brasil</i> 29/10/2009.....	144
Quadro 20 – Mapa de programação <i>TV Brasil</i> grade aprovada a partir de 03/05/2010.....	147
Gráfico 21 – Distribuição gêneros da programação semanal <i>TV Brasil</i> outubro de 2009.....	166
Gráfico 22 – Distribuição gêneros da programação semanal <i>TV Brasil</i> outubro de 2010.....	167
Gráfico 23 – Comparativo de programação semanal <i>TV Brasil</i> outubro 2009 e 2010.....	168
Gráfico 24 – Comparativo de programação semanal TV Cultura outubro 2009 e 2010.....	169
Gráfico 25 – Comparativo de Programação Semanal TV Globo outubro 2009 e 2010.....	170
Gráfico 26 – Comparativo semanal das emissoras no mês de outubro 2009.....	171
Gráfico 27 – Comparativo semanal das emissoras no mês de outubro 2010.....	172

Sumário

	Pág.
Lista de Figuras	i
Resumo	iv
Abstract	v
Resumen	vi
Introdução	14
O objeto e sua relevância.....	19
Construindo a metodologia.....	20
Objetivo geral.....	22
Objetivos específicos.....	22
<i>Corpus</i> da pesquisa.....	24
Procedimentos metodológicos e etapas da pesquisa.....	24
Estrutura da Tese.....	35
Capítulo I	
Comunicação, Democracia e Televisão	39
1.1 Indústria Cultural.....	51
1.2 Sociedade da Informação e do Conhecimento.....	56
1.3 O poder da mídia e da televisão.....	59
1.4 A sociedade do espetáculo.....	61
1.5 Comunicação Pública e Cidadania.....	61
Capítulo II	
TV Pública x Estatal x TV Privada: conceitos e cenário	66
2.1 Conceitos x Construção, contradições do modelo privado.....	70
2.2 Marco regulatório brasileiro e as concessões públicas.....	72
2.2.1 Artigo 223 da Constituição e Medida Provisória 398.....	75
2.3 Breve panorama mundial das emissoras públicas.....	79
2.4 Mudanças à vista.....	84
2.5 Experiências diante da Publicidade x Patrocínio.....	86
Capítulo III	
História, Estrutura e Gestão da EBC e TV Brasil	90
3.1 Radiobrás: mudanças no sistema público de informação.....	91
3.2 Processo de implantação da emissora <i>TV Brasil</i>	100
3.2.1 <i>Canal Integración</i> : o início do projeto.....	103
3.3 Empresa Brasil de Comunicação (EBC).....	104
3.3.1 Estrutura Organizacional e Funcional.....	109
3.3.2 Conselhos: Administrativo, Gestor e Curador.....	111
3.3.3 Ouvidoria: a participação da sociedade.....	120
3.4 Orçamento: público e privado na EBC e na <i>TV Brasil</i>	124

3.5 Modelo de <i>Pitching</i> : financiamento e conteúdo da <i>TV Brasil</i>	127
Capítulo IV	
Uma TV em construção	130
4.1 Transmissão, abrangência e distribuição do sinal da emissora.....	130
4.2 Descrição da grade semanal de programação: horários e gêneros.....	143
4.3 Sinopse dos programas.....	146
4.4 Evolução da grade de programação e breve análise comparativa.....	165
Capítulo V	
TV Brasil: Interesse do público ou do Estado?	175
5.1 Os grupos de pressão: os atores sociais envolvidos.....	179
5.2 O debate da TV Pública: transparência?.....	184
5.3 Audiência pública da <i>TV Brasil</i>	186
Conclusões	191
Referências	198
Anexos – Volume 2	207

TV BRASIL, UMA EMISSORA PÚBLICA EM CONSTRUÇÃO

Ações e controvérsias 2007-2010

Débora Burini

Resumo: A pesquisa verifica em que medida a *TV Brasil*, criada no país em 2007 pelo presidente Luiz Inácio Lula da Silva, se constitui, de fato, em um modelo democrático de TV pública, com o objetivo de “desenvolver a consciência crítica do cidadão, mediante programação educativa, artística, cultural, informativa, científica e promotora da cidadania”, como determina seu Estatuto. O trabalho descreve e analisa o processo de construção da emissora no período de 2007-2010. Examina as relações de poder e o debate entre os diferentes setores do governo e da sociedade civil organizada, envolvidos no processo de democratização da radiodifusão brasileira, e na criação e implementação do modelo de televisão pública no Brasil. Discute os processos de gestão, de produção e de financiamento da emissora, incluindo o sistema de *pitching*¹ adotado. Define como é constituído o perfil da emissora, com base na descrição da grade semanal de programação, distribuída em horários e gêneros, através de um mapeamento geral dos programas, e uma breve análise comparativa da grade entre três emissoras: *TV Globo*, *TV Cultura* e *TV Brasil* – 2009-2010. Trata-se de uma pesquisa exploratória. A metodologia central é a de Estudo de Caso (YIN, 2005), de natureza qualitativa. Examina as mudanças e tendências apresentadas no decorrer do período estudado. Apesar de existirem dificuldades de gestão e de ordem técnica relacionadas à transmissão, abrangência e qualidade do sinal, bem como a da ausência de verbas para a divulgação e constituição de sua programação, a *TV Brasil* oferece um novo paradigma para o campo público de rádio e televisão. Confirma, assim, sua viabilidade como um modelo alternativo e democrático de gestão e de funcionamento da televisão pública no país, ao se transformar num agente de fomento para a integração da sociedade brasileira. Vale ressaltar, no entanto, que a emissora encontra-se, ainda, em busca de novos caminhos e deverá aperfeiçoar-se ao longo do processo de sua consolidação, seja no âmbito de sua gestão ou de sua programação.

Palavras-chave: Comunicação; Políticas Públicas; Democratização; Televisão; TV Pública; TV Brasil.

¹ *Pitching*, como é chamado pelo mercado, é um instrumento jurídico que visa selecionar conteúdos para televisão. Um concurso onde as emissoras de TV, em geral canais fechados (cabo ou assinatura) selecionam produtoras que possuem projetos de conteúdos audiovisuais.

TV BRASIL, A PUBLIC TV NETWORK UNDER CONSTRUCTION

Actions and controversies 2007-2010

Débora Burini

Abstract: The study verifies the extent to which *TV Brasil*, created in 2007 by President Luiz Inácio Lula da Silva, is indeed a democratic model of public television, aiming to "develop the critical awareness of the citizen, through educational, artistic, cultural, informational, scientific programming and promoting citizenship", as determined in its Statute. The work describes and analyzes the construction of the TV Network during the period from 2007 to 2010. It analyzes the power relations and the debate among different sectors of government and the organized civil society involved in the process of democratization of Brazilian broadcasting, and the creation and implementation of the model of public television in Brazil. It discusses the management, production and financing processes of the TV Network, including the pitching¹ system adopted. It defines how the TV Network profile is made of, based on the description of the weekly schedule, distributed in schedule and gender, through a general program mapping, and a brief comparative analysis of the grid schedule among three TV Networks: *TV Globo*, *TV Cultura* and *TV Brasil* 2009 – 2010. This is an exploratory research. The central methodology is The Case Study (YIN, 2005) of exploratory and qualitative nature. It examines the changes and trends presented during the period studied. Although there are management and technical difficulties related to broadcasting, coverage and signal quality, as well as the lack of funding for the dissemination and constitution of its programming, the *TV Brasil* offers a new paradigm to the public field of radio and television. Thus it is confirmed, its viability as an alternative and democratic management model and the operation of the public television in the country, upon becoming an agent for promoting the integration of Brazilian society. It is noteworthy, however, that the broadcaster is also looking for new ways and must improve itself through the process of consolidation, either under its management or its programming.

Keywords: Communication; Public Policy; Democratization; Television; Public TV; TV Brasil.

¹ *Pitching*, as it is called by the market, is a legal instrument that aims to select television content. It is a contest where the TV companies, generally closed channels (cable or subscription) select producers that have audiovisual content projects.

TV BRASIL, UNA EMISORA PÚBLICA EN CONSTRUCCIÓN

Acciones y controversias 2007-2010

Débora Burini

Resumen: Esta investigación averigua en qué medida la *TV Brasil*, creado en el país en 2007 por el presidente Luiz Inácio Lula da Silva, se constituye de hecho en un modelo democrático de TV pública, con el objetivo de “desarrollar la conciencia crítica del ciudadano, mediante una programación educativa, artística, cultural, informativa, científica y promotora de la ciudadanía”, como determina su Estatuto. El trabajo describe y analiza el proceso de construcción de la emisora en el período de 2007-2010. Examina las relaciones de poder y el debate entre los diferentes sectores del gobierno y la sociedad civil organizada, involucrados en el proceso de democratización de la radiodifusión brasileña y en la creación e implementación del modelo de televisión pública en Brasil. Discute los procesos de gestión, producción y financiación de la emisora, incluyendo el sistema de *pitching*¹ adoptado. Define cómo se constituye el perfil de la emisora, con base en la descripción de la programación semanal, repartida en horarios y géneros, a través de la elaboración de un plano general de los programas y un breve análisis comparativo de la programación de tres emisoras: *TV Globo*, *TV Cultura* y *TV Brasil* – 2009-2010. Se trata de una investigación exploratoria. La metodología central es la de Estudio de Caso (YIN, 2005), de naturaleza cualitativa. Examina los cambios y tendencias que se presentan en el período estudiado. A pesar de que existen dificultades de gestión y de orden técnico relacionadas a la transmisión, abrangencia y calidad de la señal, así como la ausencia de presupuestos para la divulgación y la constitución de la programación, la *TV Brasil* ofrece un nuevo paradigma para el campo público de radio y televisión. Confirma, de ese modo, su viabilidad como un modelo alternativo y democrático de gestión y de funcionamiento de la televisión pública del país al transformarse en un agente de fomento para la integración de la sociedad brasileña. Se destaca, sin embargo, que la emisora se encuentra todavía en busca de nuevos caminos y deberá perfeccionarse a lo largo del proceso de consolidación, sea en el ámbito de su gestión sea en el de su programación.

Palabras clave: Comunicación; Políticas Públicas; Democratización; Televisión; TV Pública; TV Brasil

¹*Pitching*, como se lo llama en el mercado, es un instrumento jurídico que visa seleccionar contenidos para la televisión. Un concurso en el que las emisoras de TV, en general canales cerrados (cable o suscripción) seleccionan productoras que poseen proyectos de contenidos audiovisuales.

INTRODUÇÃO

Desde sua invenção em 1926 pelo escocês John Logie Baird¹, a televisão tem se notabilizado na história e mostrado seu poder como meio de entretenimento e informação, mesmo diante do aparecimento de equipamentos como o computador e, mais recentemente, a *internet*. A tecnologia dos satélites ampliou o papel da televisão, modificando completamente a relação tempo/espaço, num processo de desterritorialização, pela circulação diária das imagens e dos acontecimentos pela tela da TV, considerada uma “janela para o mundo”.

Decorridas quase um século (exatos 84 anos) do surgimento da televisão no mundo e 60 no Brasil, é inegável sua importância como veículo de comunicação popular, haja vista sua cobertura geográfica nacional, regional ou local. É necessário, também, considerar sua ampla e diversificada audiência, múltiplas formas de recepção, variedade e qualidade técnica em sua transmissão e desigualdade de sua programação, de acordo com as emissoras, sejam elas privadas, estatais ou públicas. Criticada por muitos e adorada por outros, não se pode, porém, deixar de reconhecer o papel da televisão no processo de democratização do acesso à informação e ao conhecimento.

A televisão exerce no imaginário coletivo um papel de repertório ideológico de ordem simbólica, e colabora para gerar no telespectador um encantamento que mobiliza os sentimentos e apresenta uma padronização. Fiske e Hartley (1982, p.17) descrevem que “a televisão aparece como uma forma natural de perceber o mundo. Ela nos mostra não os nossos nomes, mas nossos “*selves*”² coletivos”.

Como parte integrante da indústria cultural, a televisão aberta comercial gera uma espécie de padronização, pasteurização e manipulação da cultura, de forma muito semelhante à dinâmica de qualquer outra indústria capitalista que visa o lucro, e também a reprodução de idéias que servem para manter e legitimar a ideologia da sociedade capitalista em geral.

¹ John Logie Baird foi um engenheiro pioneiro nos campos da televisão, radar e fibras ópticas. Nasceu em 1888 na cidade de Helensburgh (Escócia), e é conhecido, oficialmente, como pai da televisão mundial. Transmitiu as primeiras imagens em movimento a partir de uma célula fotoelétrica que transformava as variações de brilho em sinais elétricos.

² *Selves*, (plural), palavra em inglês que significa a si mesmo - '*self*'. Auto-imagem.

Entretanto, ao contrário do passado, quando a televisão ocupava praticamente sozinha o imaginário social, pelo seu amplo poder de sedução, não se pode mais demonizar a televisão numa perspectiva frankfurtiana. Isto porque, considerando a multiplicidade gerada pelos canais a cabo, satélite e por assinatura, que ampliam o leque de opções do telespectador, assim como as emissoras comunitárias, universitárias, legislativas, entre tantas outras, a televisão aberta perdeu parte importante de sua audiência, e principalmente sua hegemonia.

Se a oferta de programação da televisão aberta hoje, ainda é reduzida no Brasil, com a diminuição crescente dos custos na TV fechada e com o avanço da tecnologia digital, que permitirá a ampliação dos canais abertos. Este panorama tende a modificar-se gradualmente com a inserção de novas modalidades de emissoras, e com a chegada de produtores independentes, que não só ampliam o leque de programação, como possibilitam a inserção de novos formatos e linguagens voltadas não apenas para o mercado, mas também **para e do** interesse público.

Não menos importante é o papel das emissoras públicas, que assumem responsabilidade ímpar nesse processo de democratização da televisão e construção da cidadania, como explica Bauer (2010, p.15):

A televisão pública tem a missão de produzir e difundir de maneira plural e democrática, conteúdos de qualidade em um contexto em que a informação e o conhecimento são essenciais para o exercício pleno da cidadania. A idéia de poder construir uma identidade da televisão pública que, além de consolidar uma *pantalla* de qualidade estética e técnica, seja promotora de conteúdos e informações que não estejam exclusivamente a serviço do mercado, que não busquem a rentabilidade, mas apenas o bem público.

A posição de Tristán Bauer, presidente do diretório de Rádio e Televisão Argentina Sociedade do Estado (RTA), que a partir da Lei nº 26.522 de Serviços de Comunicação Audiovisual, desde 10 de dezembro de 2009, transformou o Sistema Nacional de Meios Públicos (SNMP) em Rádio e Televisão Argentina S.E., reflete bem o momento brasileiro a partir da criação da *TV Brasil*, em 2007.

No Brasil, desde o surgimento da televisão, na década de 50, todo o processo de implantação foi determinado, majoritariamente, pelos interesses de emissoras comerciais distribuídas em menos de dez grupos familiares. Até a Constituição de 1988, todo o

processo de concessões de emissoras de rádio e televisão dependia, exclusivamente, de uma “penada” do presidente da República. Esta situação gerou uma série de distorções no sistema brasileiro de televisão, que apesar de prever a convivência dos sistemas privado, estatal e público, era formada quase que exclusivamente por emissoras privadas, em detrimento do interesse público.

O capítulo V da Comunicação Social, da Constituição de 1988 trouxe importante contribuição no sistema de outorga, que passou a integrar, também, o setor Legislativo. Entretanto, em função dos grupos de interesse presentes no Congresso Nacional, as alterações propiciadas pela Constituição de 88 não foram suficientes para modificar o quadro de verticalização da televisão brasileira. Nem tampouco do poder dos grupos regionais, mas de abrangência nacional, que se recusaram a regulamentar a proposta de produção regional e local em 30% dos programas veiculados, ficando apenas com o princípio da regionalização, em prejuízo das culturas locais.

Somente com a Lei nº 8.977, de 6 de janeiro de 1995, que dispõe sobre o Serviço de TV a Cabo, parte deste cenário foi modificado com a criação das emissoras universitárias, comunitárias e, mais recentemente, os canais dos poderes Legislativo e Judiciário, que ampliaram as possibilidades de produção, embora ainda limitadas ao sistema fechado.

Nesse contexto, a criação da *TV Brasil*, de caráter público, vem preencher uma lacuna nacional, mesmo diante das controvérsias envolvidas no seu processo de implantação, e de seu sistema de gestão e produção. Na verdade, a *TV Brasil* representa o processo de consolidação de emissoras públicas brasileiras, que tem início há quatro décadas, em 1967 com a criação da Fundação Padre Anchieta — Centro Paulista de Rádio e Televisão Educativa, depois em 1975 com a TV Educativa do Rio de Janeiro, que se complementa com as emissoras educativas estaduais, e a Radiobrás, criada no mesmo ano para gerir de maneira centralizada todas as emissoras de rádio e televisão do Governo Federal brasileiro espalhadas pelo país.

Valente (2009) descreve que o ano de 1967 deve ser considerado o marco do nascimento da TV pública no Brasil, embora ela já tivesse sinais de vida anteriormente com o surgimento das emissoras educativas.

Aqui cabe um parêntese para falar sobre a criação da Fundação Centro Brasileiro de TV Educativa (FCBTVE) e as experiências de transmissão de programas educativos em emissoras comerciais.

A primeira iniciativa foi em São Paulo, com o curso “Admissão pela TV”, voltado para a preparação de alunos para ingresso no curso ginásial. Em 1962, foi criada a Fundação João Batista do Amaral no Rio de Janeiro, que produziu 262 horas-aula transmitidas pela TV Rio entre setembro de 1962 e agosto de 1964 com alcance de mais de 5 mil pessoas. Em 1962, Gilson Amado cria na TV Continental do Rio a Universidade do Ar. (VALENTE, 2009, p.59)

Em 1966 a idéia lançada por Gilson Amado da Universidade de Cultura Popular se concretiza, e passa a receber auxílio da Missão Norte-Americana de Cooperação Técnica, ao mesmo tempo em que outras emissoras de televisão, como os Diários Associados, logo decidiram aderir ao programa. O sucesso do programa foi decisivo para uma maior participação dos Governos Federal e Estaduais, a partir de 1967.

Em seguida, no ano de 1968, no Rio Grande do Sul a Fundação Padre Landell de Moura-FEPLAM dá início a uma série de cursos profissionalizantes e de madureza pela TV e pelo rádio; neste mesmo ano, é inaugurada a TV Universitária do Recife, em Pernambuco.

Assim, as emissoras de televisão que compõem o chamado campo público no Brasil nascem, portanto, como um contraponto à TV privada (comercial). Apesar de terem em comum o caráter público, são canais com características bem distintas, e formas próprias de construção e consolidação.

Eugênio Bucci (2010)³ faz uma interpretação sobre emissoras públicas forçado pelos próprios termos que são adotados na Constituição de 1988. Para ele, as emissoras públicas são aquelas que não são privadas, e que não são estatais. Ainda segundo Bucci, o legislador, quando falou em privadas públicas e estatais, se referiu às privadas como aquelas que operam comercialmente, com finalidades de lucro e explorando serviços de radiodifusão na base dos padrões que nós conhecemos da atividade comercial.

³ BUCCI, 2010. Entrevista concedida à autora no dia 19 de julho de 2010 no escritório em São Paulo e gravada em suporte analógico. (ver Volume 2 Anexo I - Entrevistas)

O objeto e sua relevância

A relevância desta pesquisa deve-se, portanto, à importância de recuperar e debater a história da implantação da *TV Brasil*, emissora pública, cujo Estatuto prevê exatamente a preservação da diversidade cultural e regional, além de garantir a diversidade e complementaridade de sistemas previstos na Constituição (público, privado e estatal).

Nesse sentido, a criação da *TV Brasil* em 2007, por medida provisória do Presidente da República de Luiz Inácio Lula da Silva, representa, sem dúvida, uma mudança importante na postura governamental e no panorama do sistema de radiodifusão brasileiro.

O surgimento da *TV Brasil*, que se configura como uma emissora pública de abrangência nacional, é porém, acompanhado de várias críticas de diferentes setores da sociedade, embora represente a possibilidade de constituir pela primeira vez no Brasil, um sistema público forte de televisão.

Entender este processo, sua dinâmica, ações e controvérsias é, portanto, o objetivo central desta tese. Apesar da existência de vários artigos veiculados na mídia e em revistas científicas que discutem a *TV Brasil*, praticamente inexistem trabalhos acadêmicos de maior profundidade, como dissertações e teses abordando o tema aqui proposto. Na revisão preliminar pela literatura até agora foram localizados apenas dois trabalhos de mestrado, porém com propostas e abordagens distintas desta pesquisa.

As duas dissertações encontradas foram defendidas na UnB – Universidade de Brasília, em 2006 e 2009. A primeira delas, intitulada “No ar: TV Brasil – *Canal Integración*”, de autoria de Rodrigo Berçot Chabudet Pereira, e a segunda de Jonas Chagas Lúcio Valente com o título: “TV Pública no Brasil, a criação da TV Brasil e sua inserção no modo de regulação setorial da televisão brasileira”.

O trabalho de Pereira, de 2006, está centrado na *TV Brasil* como parte ainda do *Canal Integración*, a partir dos relatórios das missões internacionais realizadas durante o ano de 2005, mas que não foram autorizados para publicação pela emissora. Já o de Valente (2009), parte do referencial teórico para discutir, fundamentalmente, o modelo regulatório da TV Pública no Brasil, numa perspectiva histórica, política e econômica, passando pelo modelo de gestão e financiamento, também presente na atual pesquisa, mas

não perpassa pelas ações, debates e controvérsias entre os atores desse processo de implantação da *TV Brasil*, objeto central desta pesquisa, que pretende assim, contribuir com o avanço do conhecimento na área.

Construindo a Metodologia

Para Dencker (2001, p. 47) o papel da metodologia, concentra-se na distinção do conhecimento científico das demais formas de conhecimento e, principalmente, na atividade que gera o próprio conhecimento científico.

Como estratégia de pesquisa, é utilizado o Estudo de Caso de caráter exploratório e de natureza qualitativa como o caminho mais adequado ao desenvolvimento da proposta. Isto porque, como ensina Robert K. Yin (2005, p.26), “O estudo de caso é a estratégia escolhida ao se examinarem acontecimentos contemporâneos, mas quando não se podem manipular comportamentos relevantes”.

Para Stake (1994, p.236), o essencial na pesquisa é a escolha do objeto: “não é uma escolha metodológica, mas a escolha de um objeto para ser estudado”. Seguindo essa mesma linha, outro fator que conduz ao Estudo de Caso, segundo Yin (2005) relaciona-se com a escolha da estratégia de pesquisa ao problema a ser investigado, conforme exposto no QUADRO 01.

Quadro 01 – Situações relevantes para diferentes estratégias de pesquisa.

Estratégia	Forma de questão de pesquisa	Exige controle sobre eventos comportamentais	Focaliza acontecimentos contemporâneos
Experimento	como, por que	sim	sim
Levantamento	Quem, o que, onde, quantos, quanto	não	sim
Análise de arquivos	Quem, o que, onde, quantos, quanto	não	sim/não
Pesquisa histórica	Como, por que	não	sim
Estudo de Caso	Como, por que	não	sim

Fonte: Cosmos Corporation *in*. YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 3ª Ed. Trad. Daniel Grassi, Porto Alegre: Bookman, 2005. p.24.

Portanto, se a preocupação central é entender **como** a *TV Brasil* na sua atual configuração, pode representar um compromisso histórico de abertura democrática de produção participativa, **se e por que** a emissora se constitui em mais um veículo de propaganda política e de manipulação de governos contingentes, o Estudo de Caso é aconselhado.

Além disso, o Estudo de Caso tem sido utilizado em diversas áreas do conhecimento e, particularmente, na de Comunicação. De acordo com autores como Roger Gomm et al (2000) e Robert Stake (1998) a metodologia deve colaborar para nortear o pesquisador, iluminar o tema em questão, e servir como instrumento facilitador. O que caracteriza o Estudo de Caso, segundo Stake (1998) é o que este pode oferecer e o que se pode aprender ao estudá-lo. Nesse sentido Lúcia Santaella (2002) também contribui ao observar que:

A melhor pesquisa não é aquela que mais se aproxima dos métodos das ciências naturais, mas sim aquela cujo método é mais adaptado ao seu objeto. Antes de tudo, é preciso explicitar se a pesquisa é empírica, com trabalho de campo ou de laboratório, se é teórica, histórica, tipológica ou tem uma tipologia híbrida [...] (SANTAELLA, 2002, p.186)

Stake (1998) define ainda, três tipos de Estudos de Caso dentro de sua concepção: intrínseco, instrumental e coletivo. Partiremos, no entanto, da segunda concepção, a instrumental, uma vez que o Estudo de Caso é uma forma de fazer pesquisa política social e pesquisas em administração pública, ao investigar-se um fenômeno atual dentro de seu contexto de vida real.

É importante ressaltar, que os estudos de casos nas Ciências Sociais foram tratados como uma espécie de “estágio exploratório” de algum tipo de estratégia de pesquisa.

No caso da *TV Brasil*, objeto desta pesquisa, o levantamento inicial demonstrou que atualmente existem poucos estudos e materiais teóricos sobre TV Pública no Brasil. Por isso, a observação dos acontecimentos vividos durante o recorte (2007 – 2010) definido na pesquisa, servirá também de material para compreender a situação em torno da implantação da emissora. Desta forma, pretende colaborar com o avanço do conhecimento sobre TV Pública no país, e aprofundar o entendimento sobre o modelo de emissora pública adotado pela *TV Brasil*.

Nessa perspectiva, a historicidade do próprio conhecimento revela que a busca do aprimoramento da qualidade da pesquisa científica encontra subsídios na reflexão do método de investigação. A confiança na integridade do trabalho científico passa, necessariamente, pelo compromisso ético do pesquisador com o leitor e com a comunidade científica.

O problema de pesquisa aqui colocado tem, portanto, como pressuposto as seguintes questões: A *TV Brasil* na sua atual conformação representa, de fato, um compromisso histórico de abertura democrática de produção participativa ou se constitui em mais um veículo de propaganda política e de manipulação de governos contingentes? Vivemos uma metamorfose do caráter público da comunicação em plena Era da Informação e do Conhecimento? Qual o papel dos atores sociais envolvidos no processo de implantação da *TV Brasil* e como se configuram as relações de poder entre esses players?

Objetivo geral

Refletir e analisar, com base nos documentos estatutários de constituição da *TV Brasil*, em 2007, suas práticas de gestão em andamento, considerando o contexto histórico da radiodifusão brasileira. Examinar a função, o desempenho do Estado, e as relações de poder entre os diferentes grupos do governo e da sociedade civil organizada, envolvidos na criação e implantação da *TV Brasil*, para verificar se a nova emissora se constitui, de fato, em um modelo alternativo e democrático de gestão e de funcionamento da televisão pública no país.

Objetivos específicos

- Descrever, numa perspectiva histórica, como se deu o processo de criação e construção da *TV Brasil*, considerando o contexto sócio-econômico, político, social e cultural do país;

- Analisar o Estatuto da *TV Brasil* e verificar se as práticas de gestão e produção se coadunam com os princípios democráticos norteadores de sua constituição, como previsto no Capítulo II - Da Finalidade, Princípios, Objetivos e Competências;
- Examinar o processo de composição e indicação na formação do Conselho Curador, analisando seus perfis, participação e contribuições efetivas desses conselheiros, nas reuniões previstas no Art.35 do Estatuto, incisos IV e V, que prevêm a aprovação das diretrizes educativas, artísticas, culturais e informativas, na elaboração da grade de programação da emissora;
- Averiguar as posturas e relações de poder entre os diferentes grupos sociais que participam do processo de implantação da *TV Brasil*: governo, sociedade civil organizada;
- Relatar e analisar as discussões e propostas durante a 1ª Audiência Pública da *TV Brasil*, evento promovido pelo Conselho Curador da EBC – Empresa Brasil de Comunicação, no dia 09 de julho de 2009, e verificar **se e como** a participação de grupos organizados da sociedade no debate público sobre a televisão pública, interferem ou não nos rumos da emissora;
- Discutir o processo de produção e de financiamento da *TV Brasil*, incluindo o modelo de *pitching* adotado pela emissora;
- Examinar o papel e influência da Ouvidoria da *TV Brasil*, a partir dos relatórios públicos sobre sugestões e críticas da sociedade civil;
- Descrever e analisar a constituição da grade de programação atual da *TV Brasil*, considerando sua proposta estatutária, Art.21, inciso II – garantir a qualidade da programação e do conteúdo da EBC.

Para alcançar tais objetivos, buscou-se um método de trabalho de acordo com as etapas que se descrevem a seguir.

Corpus da pesquisa

A pesquisa de campo sobre o processo de instalação da *TV Brasil* neste trabalho está compreendida entre o período de sua criação, em 25 de outubro de 2007 a 12 de outubro de 2010.

Procedimentos metodológicos e etapas da pesquisa

Para compreender o problema proposto nesta pesquisa e alcançar os objetivos gerais e específicos, o trabalho parte de dois princípios básicos previstos para uma emissora pública de televisão:

a) O artigo 223 da Constituição de 1988 e a Medida Provisória nº 398 de 10 outubro de 2007, que estabelece: A televisão pública deve atender a outros requisitos o primeiro é: 1- Ela não pertence ao Estado. O segundo 2 - Ela é administrada por conselhos que representam a sociedade civil. A decisão última pertence a esses conselhos, não a um governo. 3 – Ela tem autonomia financeira. O que significa, ela pode viver de recursos públicos, ela pode ter uma dotação orçamentária vinda do poder público, mas essa dotação não vem junto com o poder de interferência.

b) Os critérios de Cifuentes (CIFUENTES, *In*: RINCÓN, 2002, p. 131), que estabelecem três fatores que tornam necessária a existência da televisão pública:

- a empresa privada expressa o ponto de vista dos seus proprietários, enquanto a pública visa garantir a expressão da diversidade;

- a empresa privada, embora interessada em uma cobertura ampla na busca pela audiência, não tem interesse em investimentos em áreas muito afastadas e de pouca densidade populacional, sendo um compromisso da TV pública; e
- a padronização de formatos economicamente consagrados é privilegiada na TV comercial, enquanto que a TV pública tem a possibilidade e o dever de praticar a experimentação, inovação e o atendimento aos públicos minoritários, não sendo excludente a intenção de proporcionar uma programação atrativa ao público maciço.

Os procedimentos e etapas do trabalho foram assim configurados:

1ª Etapa

A primeira etapa compreendeu um levantamento bibliográfico de obras específicas sobre os aspectos essenciais que norteiam o tema: Comunicação Pública, Televisão Pública, Espaço Público Midiatizado, Código Brasileiro de Telecomunicações, tendo claro o aspecto conceitual dos elementos apontados, e procurando estabelecer inter-relações entre eles.

A pesquisa bibliográfica é, segundo Ida Stumpf (2005, p.51), “[...] o planejamento global inicial de qualquer trabalho de pesquisa”. Nesse sentido a busca funciona para identificação, localização e obtenção dos conceitos básicos pertinentes a determinado assunto, possibilitando a necessária revisão de literatura básica da área que servirá de arcabouço teórico para o desenvolvimento do objeto de pesquisa.

Considerando o delineamento para esta pesquisa, optou-se pelo conceito de Antonio Carlos Gil, que vê semelhanças entre a pesquisa documental e a bibliográfica. Segundo ele,

A pesquisa documental assemelha-se muito à pesquisa bibliográfica. A única diferença entre ambas está na natureza das fontes. Enquanto a pesquisa bibliográfica se utiliza fundamentalmente das contribuições dos diversos

autores sobre determinado assunto, a pesquisa documental vale-se de materiais que não receberam ainda um tratamento analítico, ou que ainda podem ser reelaborados de acordo com os objetivos da pesquisa. (GIL, 1999, p.66)

O embasamento da pesquisa com referências bibliográficas sobre TV Pública buscou o cruzamento de opiniões e marcos conceituais de diversos autores, em prol de uma análise voltada aos processos comunicacionais.

Além disso, para alcançar os objetivos propostos a tese promoveu o cruzamento teórico e empírico entre o conceito de televisão pública e outros modelos de TV's Públicas existentes no mundo, exemplificando estas experiências internacionais, e sua relação com o modelo adotado no Brasil.

A pesquisa documental, por sua vez, foi essencial na coleta de documentos oficiais relacionados à institucionalização da *TV Brasil* como Estatuto, Conselhos, relatórios da Ouvidoria, entre outros. Esses documentos oficiais, além das notícias veiculadas em diferentes suportes complementaram o trabalho de campo para melhor compreensão do objeto de pesquisa e a maneira como está sendo observado por diferentes setores da sociedade civil.

2ª Etapa

A segunda etapa da pesquisa contou com a utilização dos recursos de entrevistas semi-estruturadas previstas de acordo com um roteiro prévio, sem perguntas fechadas. Como técnica integrante, a entrevista é muito utilizada para a obtenção de informações, e pode ser considerada como a técnica de excelência na investigação social para a coleta de informações não sistematizadas, já que em função da flexibilidade própria da entrevista, é possível contornar algumas dificuldades de acordo com a abordagem do entrevistado.

Augusto Triviños (1987, p.146) esclarece que a entrevista semi-estruturada, eleita como uma das técnicas para obtenção de dados deste trabalho valoriza a presença do investigador, além de oferecer complementação às informações inseridas nos documentos oficiais.

Desta forma, as entrevistas foram realizadas com alguns dos principais atores do processo de implantação da *TV Brasil*, com as respectivas datas de realização das entrevistas:

- **Eugênio Bucci**, ex-presidente da Radiobrás e atual professor de Comunicação da ECA-USP, além de articulista do Jornal *O Estado de S. Paulo* - (19/07/2010);
- **Laurindo Leal Filho**, professor de Comunicação da ECA-USP, autor de pesquisa referência na área de emissoras públicas de televisão, ao estudar o sistema público da BBC do Reino Unido. Apresentador do programa “Ver TV”, exibido pela *TV Brasil* e pela TV Câmara, e Ouvidor-Geral da EBC - Empresa Brasil de Comunicação - (29/06/2010);
- **Tereza Cruvinel**, jornalista, Diretora-Presidente da *TV Brasil* - (16/08/2010);
- **Jonas Valente**, também jornalista, integrante do Intervozes - Coletivo Brasil de Comunicação Social e repórter do Observatório do Direito à Comunicação, com referencial de estudos na área de TV Pública - (12/07/2010);
- **José Roberto Garcez**, Diretor de Serviços da EBC (responsável por toda a produção de serviços de comunicação para clientes externos, especialmente o governo). Integra o Comitê de Programação e Rede, instância responsável pela avaliação e aprovação de todo o conteúdo das emissoras de rádio e televisão. Foi responsável pela implantação da Rede Pública de Televisão, oficializada em maio de 2010. Acompanhou a criação da EBC desde antes de sua existência, pois foi o último presidente da extinta Radiobrás - (26/07/2010).

Além das entrevistas realizadas pela autora, já mencionadas anteriormente, incluiu-se, também, depoimentos públicos feitos por outros atores no processo, seja por meio de programas de televisão como o Roda Viva da *TV Cultura*, em que os ministros da Comunicação Social Franklin Martins; (abril 2007) e das Comunicações Hélio Costa;

(dezembro 2009) colocaram seus pontos de vista sobre TV Pública, e particularmente sobre a *TV Brasil*. Além disso, foram também considerados depoimentos na mídia e em audiências públicas do setor.

3ª Etapa

Na terceira etapa da pesquisa, para o exame da grade de programação da *TV Brasil* foi realizado um protocolo de pesquisa, com base em nove categorias: Educação, Entrevista, Jornalismo, Variedades, Infantil, Esportes, Novela/Teledramaturgia, Filmes/Documentário, e Outros (categoria que contemplaria os demais gêneros) a partir dos gêneros televisivos exibidos pela emissora. O foco principal foi descrever e analisar o modelo de constituição da grade de programação da emissora, com finalidades educativas, artísticas, culturais, científicas e informativas, como detalhado em sua proposta estatutária, como pode ser observado no Capítulo II - Da Finalidade, Princípios, Objetivos e Competências em seu art. 2º, incisos, do III ao VI:

A EBC tem por finalidade a prestação de serviços de radiodifusão pública e serviços conexos, com observação dos seguintes princípios:
[...] III – produção e programação com finalidades educativas, artísticas, culturais, científicas e informativas;
IV – promoção da cultura nacional, estímulo à produção regional e à produção independente;
V – autonomia em relação ao Governo Federal para definir produção, programação e distribuição de conteúdo no sistema público de radiodifusão; e
VI – participação da sociedade civil no controle da aplicação dos princípios do sistema público de radiodifusão, respeitando-se a pluralidade da sociedade brasileira. (ver no anexo I)

A amostra comparativa da grade de programação da *TV Brasil* para identificar se os objetivos propostos estavam sendo cumpridos e suas principais diferenças com outras emissoras foi realizada em duas fases: a primeira delas corresponde a uma semana cheia – 26 de outubro a 1º de novembro de 2009 – da grade de programação diária da *TV Brasil*, *TV Globo* e *TV Cultura*, emissoras escolhidas em função da diversidade e complementaridade que representam, respectivamente pública, privada e estatal.

A segunda amostra refere-se a outra semana cheia – 11 a 17 de outubro de 2010 – da grade de programação das mesmas emissoras. O objetivo foi primeiro mapear os gêneros predominantes nas grades de cada emissora selecionada para, posteriormente, comparar eventuais mudanças ao longo de um ano, principalmente no caso da *TV Brasil*, em processo de implantação.

Para o levantamento da amostra, os dados da grade oficial das emissoras foram coletados dos sites oficiais das emissoras, e posteriormente confirmados através da exibição dos programas.

Diante da quantidade de gêneros exibidos pelas emissoras foram agrupados nas nove categorias já descritas acima. O objetivo era facilitar e viabilizar a tabulação da pesquisa. As categorias foram definidas por representarem os gêneros mais conhecidos do público e por apresentarem repetição em todos os dias da semana.

Foram criadas planilhas no programa Excel em que eram inseridos os dados como nome do programa, horário de exibição na grade, início e término do programa, gênero a partir da categorização estabelecida, duração em minutos, correspondente em horas e o percentual diário por gênero.

Uma vez que as emissoras trabalham suas grades em minutos, e para não gerar resultados em números exageradamente grandes, optou-se por definir o resultado em horas, e assim facilitar sua visualização nos gráficos em colunas.

Também deve ser ressaltado o item Fora de Programação, que foi definido a partir do período em que as emissoras realizam manutenção em suas transmissões e, portanto não exibem conteúdos, apenas um *slide* com a logomarca do canal.

No caso específico da *TV Brasil*, como a emissora apresentava categorias já definidas em seu próprio mapa de programação diferentes das outras emissoras, o que poderia levar a uma interpretação equivocada na análise comparativa, ou mesmo trazer um resultado distorcido, fizemos ajustes nessas categorias para possibilitar o desenvolvimento do trabalho. Assim, definimos as categorias em:

Educação: programas de cunho educativo, que tenham a intenção de transmitir conhecimento e que colaborem na formação e no aprendizado do telespectador, cursos, ciência, civismo;

Entrevista: todos os programas que de alguma forma apresentem entrevistas configuradas com apresentador/entrevistador e entrevistados, *talk show*;

Jornalismo: telejornais, conteúdos jornalísticos que apresentem notícias factuais diariamente, reportagem;

Variiedades: revistas eletrônicas, programas com variedades de quadros;

Infantil: conteúdos voltados para o público infante/juvenil, desenho animado, série infantil;

Filmes/Documentário: filme, documentário, curta-metragem, mostras e festivais de cinema etc.;

Esportes: transmissões esportivas, mesa redonda, comentários, aventura;

Novela/Teledramaturgia: novela, minissérie, seriado, teleteatro, série;

Outros: programas musicais, de cidadania, de cultura e artes, programas com temas ligados ao meio ambiente, sustentabilidade, programas de auditório, humorísticos, música erudita, música popular (shows), religião, tele vendas, agrícolas, minorias étnicas, *reality show*, e todos os gêneros que não foram contemplados nas categorias mencionadas anteriormente.

A amostra de outubro/novembro de 2009 buscou realizar um mapeamento da grade de programação diária das emissoras, e compará-la com outra amostra de outubro de 2010, para assim avaliar a mudança de gêneros atendida pelas emissoras, e conseqüentemente avaliar **se** e **como** as emissoras atendem aos aspectos educativos, artísticos, culturais, científicos e informativos propostos pelo Estatuto da *TV Brasil*.

Nos gráficos comparativos das emissoras foi possível analisar se houve investimentos em produção de novos conteúdos a partir de gêneros variados, ou se permaneceram ao longo de um ano com a mesma programação.

A escolha das categorias deve-se ao fato de estarem mais vinculadas aos princípios básicos de formação cultural da sociedade. Já as emissoras comerciais, mesmo que atendem em parte ou no todo a estes princípios, buscam também a audiência, o lucro, que em alguns casos podem ser incompatíveis com o interesse público.

A técnica da semana consistiu em selecionar um período de tempo que corresponde à grade mensal e, em cada dia desse período, verificar a variedade de gêneros que compõe a grade.

No caso específico da *TV Brasil* foi também selecionado para análise mais detalhada, alguns programas de diferentes gêneros, para ilustração de formatos e conteúdos representativos uma vez que alguns ainda não são totalmente conhecidos pelo grande público.

Embora a questão de gêneros na área de Comunicação em geral, e de televisão em particular, estejam sujeitos a diferentes abordagens por autores brasileiros como José Marques de Melo (1978) em “Para uma Leitura Crítica da Comunicação”, e José Carlos Aronchi de Souza (2004) em “Gêneros e formatos na televisão brasileira”, para a operacionalização desta parte do trabalho, foi adotada a classificação e o conceito descrito por Giorgio Grignaffini (2004) em função de sua abordagem, que se coaduna mais com os objetivos deste trabalho.

Grignaffini (2004) prevê a definição de gênero a partir da tentativa de responder à pergunta: “que coisa é um gênero?”. Deste modo, o autor procura evidenciar a presença de duas formas diversas de enfrentar o problema. Um seria a “regra”, uma espécie de “construção teórica”, que não se encontra concretamente no programa, mas se realiza completamente. Cita o exemplo entre um *game show* e um *talk show*, onde não existe uma forma absoluta, mas sempre incrustada, fundida, hibridizada com outra. Ambos são similares por característica formal: são realizados em estúdio, possuem apresentador e pessoas comuns como participantes. Porém, o primeiro se distingue do segundo pela presença de um mecanismo de jogo e de prêmios, o segundo pela relevância do diálogo e da conversação dos participantes.

A outra forma proposta por Grignaffini (2004) seria aquilo que o autor buscou chamar de a “etiqueta” de gênero, uma espécie de “rótulo” atribuído posteriormente à produção do programa, uma espécie de inventário do que o programa representa, levando em consideração suas características enquanto produto televisivo (contexto de produção e de consumo).

Para Mauro Wolf (1984) “o gênero limita o campo da comunidade interpretativa”. Já Anna Maria Balogh (2002) entende que a existência dos gêneros na televisão contribui para o estudo da área:

(...) não resta dúvida de que constitui um instrumento útil para delimitar o alcance de processos de recepção e agilizar o reconhecimento e a leitura de marcas estruturais próprias de cada gênero (...) se não existissem algumas regularidades e convenções, o texto do roteiro correria o risco de esgarçar (...) é necessária a existência de “pontes” entre a concepção, a realização e a formatação do texto ficcional na TV (...) uma forte adscrição a gêneros específicos plasmados em formatos consagrados e veiculados em horários específicos da grade constitui uma dessas pontes (...) a classificação das obras por gêneros sempre existiu (...) (BALOGH, 2002, p. 89-90)

Para a realização da Análise de Conteúdo dos programas recorreremos inicialmente à percepção de Epstein (2002, p.15) sobre métodos de pesquisa. Ele descreve alguns métodos qualitativos de análise de conteúdo, como a categorização, a análise contextual, estrutural, psicanalítica etc. Os métodos citados pretendem extrair a significação do(s) documento(s) analisado(s), sejam significados explícitos ou significados latentes. Com base nestes pressupostos será possível examinar os gêneros mais usados pela *TV Brasil* e verificar se cumprem a finalidade prevista no art.3º, incisos II e VI, do Capítulo II - Da Finalidade, Princípios, Objetivos e Competências da EBC, de “desenvolver a consciência crítica do cidadão”, como mostra a íntegra do artigo da EBC, cujos objetivos são:

[...] II – desenvolver a consciência crítica do cidadão, mediante programação educativa, artística, cultural, informativa, científica e promotora de cidadania;
VI – buscar excelência em conteúdos e linguagens e desenvolver formatos criativos e inovadores, constituindo-se em centro de inovação e formação de talentos; [...]

Para a análise desses conteúdos programáticos foram, portanto, examinados diariamente os programas a partir do **nome**, do **gênero**, da **duração** (início e fim) de cada programa, com base na grade de programação oficial da emissora, e formatados conforme o exemplo do QUADRO 02 e QUADRO 03, que seguem. Neles, pode-se observar a constituição da programação da *TV Brasil* em minutos, horas e o percentual correspondente.

Quadro 02 – Grade de Programação *TV Brasil* – 26/10/2009.

Programa	Início	Fim	Diferença em minutos	Gênero	Horas	%
Abertura da Programação	05:55	06:00	05	Outros	0,08	0,35%
Salto para o Futuro	06:00	06:53	53	Educação	0,88	3,68%
Novo Telecurso Ensino Médio	06:53	07:06	13	Educação	0,22	0,90%
Novo Tele. Ensino Fundamental	07:06	07:21	15	Educação	0,25	1,04%
Telecurso Tecendo o Saber	07:21	07:49	28	Educação	0,47	1,94%
Jornal Visual	07:49	08:00	11	Jornalismo	0,18	0,76%
Repórter Brasil (Manhã)	08:00	08:46	46	Jornalismo	0,77	3,19%
Cocoricó (Manhã)	08:46	09:03	17	Infantil	0,28	1,18%
Angelina	09:03	09:18	15	Infantil	0,25	1,04%
Thomas	09:18	09:32	14	Infantil	0,23	0,97%
Um Menino M.Maluquinho (Manhã)	09:32	10:01	29	Infantil	0,48	2,01%
A Turma do Pererê (Manhã)	10:01	10:31	30	Infantil	0,50	2,08%
Poko	10:31	11:01	30	Infantil	0,50	2,08%
Castelo Ra Tim Bum (Manhã)	11:01	11:30	29	Infantil	0,48	2,01%
Janela Janelinha (Manhã)	11:30	12:00	30	Infantil	0,50	2,08%
100% Brasil	12:00	12:32	32	Outros	0,53	2,22%
Papo de Mãe (a Tarde)	12:32	13:30	58	Entrevista	0,97	4,03%
Catalenda	13:30	14:01	31	Infantil	0,52	2,15%
Assim que Funciona (a Tarde)	14:01	14:31	30	Infantil	0,50	2,08%
Castelo Ra Tim Bum	14:31	14:59	28	Infantil	0,47	1,94%
Cocorico (a tarde)	14:59	15:16	17	Infantil	0,28	1,18%
Curta Criança III (a Tarde)	15:16	15:31	15	Infantil	0,25	1,04%
Vila Sésamo (a Tarde)	15:31	16:00	29	Infantil	0,48	2,01%
Sem Censura	16:00	17:30	90	Entrevista	1,50	6,25%
Rede Jovem de Cidadania	17:30	18:00	30	Outros	0,50	2,08%
Segue o Som	18:00	18:30	30	Outros	0,50	2,08%
Snobs	18:30	19:00	30	Infantil	0,50	2,08%
Animania	19:00	19:29	29	Infantil	0,48	2,01%
Uma Novaiorquina na África	19:29	19:59	30	Outros	0,50	2,08%
Nova África (2ª feira)	19:59	20:30	31	Outros	0,52	2,15%
Ciência Nuca e Crua	20:30	21:00	30	Filmes/Documentário	0,50	2,08%
Repórter Brasil (a Noite)	21:00	22:02	62	Jornalismo	1,03	4,31%
De Lá Prá Cá	22:02	22:45	43	Outros	0,72	2,99%
Roda Viva	22:45	00:18	93	Entrevista	1,55	6,46%
A Grande Música (Reprise)	00:18	01:14	56	Outros	0,93	3,89%
Sem Censura (Madrugada)	01:14	02:39	85	Entrevista	1,42	5,90%
Totais			1244		20,73	86,39%

*esta grade segue a hora oficial de Brasília

BURINI, 2010, quadro elaborado a partir da programação oficial disponível no site da *TV Brasil* no dia 26 de outubro de 2009.

Quadro 03 – Grade de Programação TV Brasil – 29/10/2009.

Programa	Início	Fim	Diferença em minutos	Gênero	Horas	%
Abertura da Programação	05:51	05:55	04	Outros	0,07	0,28%
Salto Para o Futuro	05:55	06:51	56	Educação	0,93	3,89%
Novo Telecurso Ensino Médio	06:51	07:04	13	Educação	0,22	0,90%
Novo Telecurso Ens. Fundamental	07:04	07:20	16	Educação	0,27	1,11%
Telecurso tecendo o Saber	07:20	07:50	30	Educação	0,50	2,08%
Jornal Visual	07:50	08:00	10	Jornalismo	0,17	0,69%
Repórter Brasil (Manhã)	08:00	08:45	45	Jornalismo	0,75	3,13%
Cocoricó (Manhã)	08:45	09:01	16	Infantil	0,27	1,11%
Thomas	09:01	09:18	17	Infantil	0,28	1,18%
Angelina	09:18	09:32	14	Infantil	0,23	0,97%
Um Menino Muito Maluquinho (Manhã)	09:32	10:01	29	Infantil	0,48	2,01%
A Turma do Pererê (Manhã)	10:01	10:28	27	Infantil	0,45	1,88%
Os Pézinhos Mágicos de Franny	10:28	10:58	30	Infantil	0,50	2,08%
Castelo Rá Tim Bum (Manhã)	10:58	11:30	32	Infantil	0,53	2,22%
Janela Janelinha (Manhã)	11:30	12:00	30	Infantil	0,50	2,08%
100% Brasil	12:00	12:32	32	Outros	0,53	2,22%
Assim Vivemos	12:32	13:04	32	Outros	0,53	2,22%
Um Menino Muito Maluquinho (Tarde)	13:04	13:32	28	Infantil	0,47	1,94%
Barney (Tarde)	13:32	14:03	31	Infantil	0,52	2,15%
SOS. Sonia	14:03	14:28	25	Infantil	0,42	1,74%
Castelo Rá Tim Bum (Tarde)	14:28	15:00	32	Infantil	0,53	2,22%
Cocoricó (Tarde)	15:00	15:16	16	Infantil	0,27	1,11%
Curta Criança III (Tarde)	15:16	15:31	15	Infantil	0,25	1,04%
Vila Sésamo (Tarde)	15:31	16:00	29	Infantil	0,48	2,01%
Sem Censura	16:00	17:30	90	Entrevista	1,50	6,25%
Os Heróis da Praia	17:30	18:00	30	Infantil	0,50	2,08%
Para Todos	18:00	18:33	33	Variedades	0,55	2,29%
Papo de Mãe (Noite)	18:33	19:29	56	Entrevista	0,93	3,89%
Uma Novalorquina na África	19:29	20:00	31	Outros	0,52	2,15%
Cultura Ponto a Ponto	20:00	20:30	30	Outros	0,50	2,08%
Rede Nacional Obrigatória (Noite)	20:30	20:41	11	Outros	0,18	0,76%
Assim Que Funciona	20:41	21:00	19	Infantil	0,32	1,32%
Repórter Brasil (Tarde)	21:00	22:04	64	Jornalismo	1,07	4,44%
Caminhos da Reportagem	22:04	23:00	56	Jornalismo	0,93	3,89%
DOC TV IV	23:00	00:00	60	Filmes/Documentário	1,00	4,17%
Cena Musical	00:00	01:00	60	Outros	1,00	4,17%
Sem Censura (Madrugada)	01:00	02:21	81	Entrevista	1,35	5,63%
Totais			1230		20,50	85,42%

*esta grade segue a hora oficial de Brasília

BURINI, 2010, quadro elaborado a partir da programação oficial disponível no site da *TV Brasil* no dia 29 de outubro de 2009.

Os quadros foram desenvolvidos para facilitar a coleta da amostra das três emissoras (*TV Brasil*, *TV Globo* e *TV Cultura*), já especificada anteriormente, e colaboraram no sentido de oferecer também uma melhor visualização da estrutura de exibição da grade de programação e seus respectivos conteúdos.

Estrutura da Tese

Inicialmente, na **Introdução**, é traçado um cenário geral da área de televisão e a inserção do modelo de TV Pública. Ainda na Introdução é descrito todo o percurso metodológico com os procedimentos analíticos. São apresentadas as principais questões que norteiam a elaboração da pesquisa e constituem suas hipóteses, seguida de seus objetivos gerais, específicas e métodos de abordagem.

A tese de doutorado está estruturada em cinco capítulos. O **Capítulo I. Comunicação, Democracia e Televisão** traz uma rápida retrospectiva histórica da implantação da televisão no mundo e no Brasil; faz uma reflexão crítica sobre o papel da televisão na indústria cultural, no comportamento dos indivíduos, nos hábitos etc. Discute a influência da televisão na formação da opinião pública (aspectos positivos e negativos). Debate ainda, o veículo como vetor de entretenimento e consumo, possibilidades educativas e emancipatórias pelo acesso à informação etc. Resgata o direito à liberdade de opinião e expressão garantida pela Declaração Universal dos Direitos Humanos, bem como do Programa Nacional de Direitos Humanos que confere em sua Diretriz 22 a garantia do direito à comunicação democrática e ao acesso à informação para consolidação de uma cultura em Direitos Humanos.

O **Capítulo II. TV Pública x Estatal x TV Privada: conceitos e cenário** faz uma reflexão sobre os modelos público, privado e estatal de emissoras de televisão, com foco no resgate dos principais aspectos legais que regulamentam o setor de radiodifusão no Brasil, desde o Marco Regulatório até concessões públicas precárias, renováveis ou não presentes no sistema de implantação da radiodifusão brasileira. O interesse público e o interesse privado. Analisa o capítulo V da Constituição da República e verifica como aborda o tema com relação ao processo de outorgas no setor de radiodifusão. Traça um breve panorama mundial das emissoras públicas para compreender seus modelos e formas de atuação. Contextualiza a globalização e o setor de comunicações no Brasil e no mundo, as experiências bem sucedidas da BBC, NHK, *France Télévisions*, RAI etc. Remete-se, ainda, ao efeito da publicidade e do patrocínio na grade de programação das

emissoras, descrevendo formas de relação entre a publicidade com a imprensa, dentro da estrutura pública e privada de empresas de comunicação.

Estrutura e gestão da EBC e TV Brasil é o título do **Capítulo III**, que faz inicialmente uma retrospectiva histórica do papel da Radiobrás, o processo de implementação da emissora *TV Brasil, Canal Integración*, e as mudanças implementadas ao longo do governo Lula. Discute em seguida o processo de escolha dos representantes do Conselho Curador e da Diretoria da EBC, o papel da Ouvidoria, o modelo de financiamento da EBC e da *TV Brasil*, e descreve o modelo de *pitching* adotado pela *TV Brasil* para financiamento de parte de seus conteúdos.

Com base nas descrições e reflexões dos capítulos anteriores, é possível agora, no **Capítulo IV. Uma TV em construção** apresentar como é constituído o perfil da emissora, com base na descrição da grade semanal de programação, distribuída em horários e gêneros. É realizado um mapeamento geral dos programas que compõem a grade da emissora, com base nas sinopses apresentadas. Em seguida é realizada uma análise de conteúdo em alguns programas selecionados, por gêneros; por horário nobre e programas especiais. Finalmente, uma breve análise comparativa da programação da grade entre três emissoras: *TV Globo, TV Cultura e TV Brasil – 2009-2010*, para verificar mudanças e tendências apresentadas no decorrer do período.

No **Capítulo V. TV Brasil: Interesse do público ou do Estado?** é retomada a discussão sobre o espaço público mediatizado, descrevendo e analisando, a seguir, as relações de poder estabelecidas entre os diferentes grupos de interesse que compõem o novo sistema público de televisão no Brasil. Este debate perpassa pelo governo, Congresso, debates registrados nas atas oficiais, nos fóruns públicos de discussão, na mídia e nas audiências públicas.

Finalmente, é possível, então, elaborar as principais conclusões da pesquisa, a partir das referências teóricas iniciais e as práticas de gestão e produção encontradas na pesquisa de campo realizada. Com base nos resultados apresentados são também elaboradas algumas sugestões para o aperfeiçoamento do processo de democratização da televisão brasileira, tendo em vista a experiência recente de constituição da emissora pública de televisão, a *TV Brasil*.

Em seguida apresento as referências bibliográficas utilizadas e os anexos do trabalho com a íntegra das entrevistas realizadas, relatórios da Ouvidoria, documentos oficiais, atas, recortes de algumas matérias de jornais que evidenciam as controvérsias e ações do processo de implantação da emissora.

Capítulo I

Comunicação, Democracia e Televisão

*“Numa democracia não deveria existir nenhum poder político incontrolado. Ora, a televisão tornou-se hoje em dia um poder colossal; pode-se mesmo dizer-se que é potencialmente o mais importante de todos, como se tivesse substituído a voz de Deus. Não pode haver democracia se não submetemos a televisão a um controle, ou, para falar com mais precisão, a democracia não pode subsistir de uma forma duradoura enquanto o poder da televisão não for totalmente esclarecido.
(Karl Popper, 1992).*

I – Comunicação, Democracia e Televisão

A Declaração Universal dos Direitos Humanos é um documento adotado em 10 de dezembro de 1948 pela Organização das Nações Unidas (ONU), que afirma em seu artigo XIX: “toda pessoa tem direito à liberdade de opinião e expressão; este direito inclui a liberdade de, sem interferência, ter opiniões e de procurar, receber e transmitir informações e idéias por quaisquer meios e independentemente de fronteiras”³.

O Brasil como país membro da ONU, se empenha com o cumprimento da declaração, participa dos processos de tomada de decisão, e também com o trabalho das Nações Unidas em todos os eventos que interessem ao país, seja nas reuniões da Assembléia Geral, seja no Conselho de Segurança, onde ocupa um assento não-permanente. A missão do Brasil reflete a importância das discussões em torno da promoção da paz e os direitos humanos com base na "solidariedade intelectual e moral da humanidade”.

Em 21 de dezembro de 2009, o Presidente da República Luis Inácio Lula da Silva aprova o decreto Nº 7.037 que determina o Programa Nacional de Direitos Humanos – PNDH-3. O documento confere em sua Diretriz 22 a garantia do direito à comunicação democrática e ao acesso à informação para consolidação de uma cultura em Direitos Humanos. Ao assinar o decreto PNDH-3, o presidente reafirmou que o país fez uma opção definitiva pelo fortalecimento da democracia. Não apenas democracia política e institucional, mas democracia também no que diz respeito à igualdade econômica e social.

A publicação do decreto foi feita em meio a uma enorme campanha das grandes mídias conservadoras contra o PNDH-3, em particular, contra as propostas relativas ao direito à comunicação. Para o professor Laurindo Leal Filho, da ECA-USP (2009), o movimento faz parte de uma tática conservadora que é muito conhecida na área de comunicação em nosso país, e completa:

"Elege-se um tema de impacto que tenha amplo apoio na sociedade e se atribui ao adversário a intenção de destruí-lo. No caso, a democracia e a liberdade de expressão. Dizem que o governo elaborou um Plano Nacional

³ Declaração Universal dos Direitos Humanos (ONU, 1948) Disponível em: http://www.onu-brasil.org.br/documentos_direitoshumanos.php. Acesso 12 de junho de 2009.

de Direitos Humanos propondo o controle social da mídia. Repetem isso à exaustão e passam ao ataque”.⁴

Ainda segundo Lalo⁵, a resposta para a necessidade imediata de aplicação do PNDH-3 está em diversos programas veiculados diariamente por grande parte das emissoras de rádio e televisão do Brasil, violadores contumazes dos direitos humanos.

O ex-Ministro das Comunicações Hélio Costa, disse ao Jornal *O Estado de S. Paulo*, em matéria publicada em 02 de março de 2010⁶, que o governo não trabalha com a hipótese de promover o chamado controle social sobre a mídia, um dos tópicos abordados no PNDH. “Em nenhum momento isso foi discutido dentro do governo federal. Consideramos essa questão absolutamente intocável”, disse Costa, que na época, ainda assumia a pasta do Ministério das Comunicações, mas foi substituído em 31 de março do mesmo ano, por José Artur Filardi.

Embora a declaração do ex-Ministro garanta que a questão seja intocável, ele reafirmou que considerou importante e necessária, uma nova legislação sobre as telecomunicações no País. Ainda de acordo com a entrevista, Costa declarou que o plano governamental, divulgado no início do ano de 2010, recomenda a apresentação do projeto de lei que estabeleça penas para órgãos de imprensa que desrespeitaram os direitos humanos. “Propor a criação de marco legal regulamentando o artigo 221 da Constituição, estabelecendo o respeito aos direitos humanos nos serviços de radiodifusão concedidos, permitidos ou autorizados, como condição para sua outorga e renovação, prevendo penalidades administrativas como advertência, multa, suspensão da programação e cassação, de acordo com a gravidade das violações praticadas”, diz o texto.

Desta forma, e considerando que o acesso à informação passa necessariamente pelo direito à informação e da comunicação, como parte integrante da democracia instalada em um país, toda vez que esse princípio é ameaçado ou atingido por mecanismos, que filtram ou restringem o acesso à informação, assistimos, portanto, a uma violação do direito universal dos cidadãos.

⁴ Matéria publicada no Jornal *O Estado de S. Paulo*, p. A8 (Ver Anexo III)

⁵ Disponível em: http://www.direitoacomunicacao.org.br/content.php?option=com_content&task=view&id=6034 Acesso em 20 de janeiro de 2010.

⁶ Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos.asp?cod=611ASP012> Acesso em 15 de outubro de 2010.

Existe, porém, uma idéia de complementaridade entre a democracia e o direito à informação, que com frequência é equivocadamente interpretada como uma espécie de “seleção não-natural” das informações que são transmitidas por um sistema de comunicação. Uma forma de seleção baseada nos interesses de certos grupos políticos, organizações, governos etc., e que não corresponde muitas vezes às necessidades e interesses dos cidadãos.

Nesse sentido, a função da comunicação social na integração e na transformação social entre os indivíduos é determinante para o desenvolvimento de um país, pois age para acelerar e/ou facilitar esse incremento. Os meios de comunicação, portanto, assumem um papel importante no momento em que transferem de maneira veloz aos cidadãos informações e mensagens, que poderão alterar ou definir novas formas de mobilização entre as pessoas, e colaborar na construção de percepções públicas dos fatos relatados, para que possam, efetivamente, fazer suas escolhas individuais ou em grupos, e assim, atuar e participar do processo de desenvolvimento social, político, econômico e cultural.

Não se discute, aqui, obviamente, o papel dos meios de comunicação como instrumentos essenciais para garantir a existência de regimes democráticos. Por outro lado, não se pode defender apenas o direito à difusão da informação por alguns grupos historicamente majoritários, cujas opiniões, quase sempre, estão relacionados a seus interesses políticos e econômicos. O que se coloca, portanto, e considerando o poder de influência da comunicação na formação da opinião pública, é a necessidade de ampliar, por regulamentação pública, a possibilidade de pluralidade de meios e de vozes para garantir o acesso a informações e opiniões dissonantes, e assim, que o cidadão possa formar sua própria opinião, numa perspectiva crítica e analítica.

Nos últimos anos a área da Comunicação Social, enquanto elemento constituinte desse mecanismo de transmissão de informações tornou-se mais complexa e abrangente. Os estudos da comunicação permanecem vivos, consistentes e adequadas ao nosso contexto sócio-econômico intervindo no cenário comunicacional e, revelando-se mais comprometidos.

A Comunicação Social, segundo Studart-Guimarães (2002, p. 44), é “um conjunto de previsões estratégicas para a formulação de mensagens que têm por objetivo influenciar a mudança de comportamento das pessoas e da sociedade”. Nesse processo de formulação

de mensagens com o objetivo de influenciar mudanças, a comunicação de massa exerce um papel fundamental. Ela promove e estimula as pessoas a adotarem novas atitudes e a se comportar de forma a favorecer o progresso. Ao mesmo tempo, não se pode desconsiderar, na contemporaneidade, que os meios de comunicação de massa, apesar de seu inegável poder, de sua centralidade, não são mais hegemônicos, face à crescente politização da sociedade por meio de acesso a outras fontes de informação, e à força da Internet, que adquire protagonismo nesse processo.

Assim, cria-se através da comunicação um elo entre quem produz e transmite, e quem recebe as informações, e através de um efeito multiplicador faz com que os cidadãos se sintam mais encorajados à participação social na comunidade, disseminando esses comportamentos também a outras pessoas, assim como informações múltiplas às quais têm acesso.

Por outro lado, existem alguns elementos complicadores de ordem coletiva e individual, que limitam o processo de desenvolvimento e transformação social, e dificultam a compreensão das informações e mensagens que circulam na sociedade. Isto ocorre, por exemplo, quando são desprezados aspectos culturais da comunidade, pois essa ação tende a criar um distanciamento dos cidadãos, que não se reconhecem dentro daquele contexto de referências do bairro e da cidade em que vivem.

Para Schramm (1970, p. 192) ainda que existam limites na utilização da comunicação para o processo de desenvolvimento é fundamental que ela ocorra.

Há tantas tarefas da comunicação no desenvolvimento econômico e social, e tantas delas estão claramente dentro das possibilidades da comunicação de massa, que se um país em desenvolvimento pretendesse utilizar seus veículos de comunicação simplesmente para todas as tarefas que fossem mais bem realizadas por eles, o sistema seria logo supersaturado. O problema não é encontrar atividades a serem realizadas pelos veículos de comunicação, mas, antes, discriminar as diferentes utilizações que lhe são dadas.

Outro aspecto a ser considerado e que merece reflexão é quando os meios de comunicação de massa passam a substituir o papel do Estado em suas funções, e assumem uma postura assistencialista que terminam por suprimir o debate, o conflito natural do

espaço público que favorecem a reflexão do cidadão criando uma falsa idéia de jogo democrático.

Segundo Gohn (2003, p.30) a participação é um processo de vivência que imprime sentido e significado a um movimento social, desenvolvendo uma consciência crítica e gerando uma postura política e cultural nova. A gestão desta participação pode muitas vezes significar um afastamento do cidadão de uma atuação enquanto membro da comunidade. E isso ocorre pela desconstrução do ser político, barrando uma participação efetiva e a construção e desenvolvimento da cidadania.

A proposta democrática se transfigura em uma sensação de consenso “fabricado”, excluindo o debate e a reflexão, que podem resultar no consenso “negociado”, em questões de interesse público e comum. Negado o papel de ator protagonista no processo, o público passa de ator social a mero coadjuvante. Quando isto acontece, os veículos de comunicação se apropriam da ação cidadã, natural em sistemas democráticos, seqüestrando da comunidade a possibilidade de reflexão. Capitalizam para si o poder de solucionar as mazelas do cidadão, omitindo o caminho institucional, esvaziando a capacidade de organização da comunidade como grupo de pressão.

Vivemos numa falsa concepção de democracia. Buscamos muito a idéia de consenso, segundo a qual a democracia seria o que há de comum para todo mundo. Eu acredito que a democracia seja um esforço árduo, para cada um, de trabalhar com as diferenças. E é no conflito que se encontra a democracia, não no consenso. (FOUCAMBERT, 1993, p.25)

Estamos diante de um novo cenário da sociedade civil. Se por um lado os meios de comunicação e o Estado exercem um papel importante de agendar os debates, configurando um embate natural em democracias representativas, onde outros atores sociais participam do espaço público, por outro, é essencial garantir a participação política dos cidadãos. Só assim poderão alcançar a necessária autonomia de pensamento e de participação, tão importante para a emancipação e transformação social. Fica evidente então, que “um projeto político é democrático quando não se reduz a um conjunto de interesses particulares de um grupo, organização ou movimento” (GOHN, 2005, p. 36-37).

Nas sociedades modernas, a construção do imaginário social é determinada, em grande parte, pelo poder cultural e simbólico da comunicação em suas múltiplas formas de

mediação e suportes, que estabelecem como explicado anteriormente, consensos “fabricados” e não “negociados”, como seria próprio de sociedades democráticas. A historicidade mediada faz parte do cotidiano das pessoas. Os efeitos dessa mediação do espaço público, em que a realidade é elaborada não mais a partir de experiências, mas pelas informações e imagens fornecidas pela tela da televisão, que oferece “uma janela para o mundo”, vem sendo objeto de reflexão de diferentes autores.

Em sociedades com baixo índice de leitura e acesso a bens culturais em geral, como é o caso do Brasil, o poder da televisão é ainda maior, particularmente a televisão aberta, comercial, considerando a facilidade com que entra nas casas e nas mentes, com perda de individualidade a fomentando identidades coletivas. Nessa perspectiva, o direito e o acesso à informação multifacetada e produzida por diferentes atores sociais, tem um papel fundamental para garantir a diversidade cultural, e contribuir para a formação crítica do cidadão, e desta forma, que possa se tornar sujeito de sua própria história.

Bosi (1972, p. 383), já alertava para os riscos da colonização pelos meios de comunicação de massa e reivindicava o caráter plural da cultura.

Dos meados do século XX em diante, passa a ser colonizada em escala planetária a alma de todas as classes sociais. Colonizar quer dizer agora massificar a partir de certas matrizes poderosas de imagens, opiniões e estereótipos. Apesar dos mil e um estudos científicos e de todos os hosanas ou maldições que há meio século pairam sobre a indústria cultural e, particularmente, sobre a televisão, continua em aberto a tarefa da inteligência que pretenda decifrar o que vem acontecendo com as mentes e corações de um público vastíssimo e, de algum modo, ainda trabalhado pela cultura erudita ou pela cultural popular.

Quase 40 anos depois, apesar da globalização da comunicação, da desterritorialização do espaço e do tempo provocados pela comunicação por satélite, e pela *web*, a população brasileira ainda repete, diariamente, a rotina descrita por Bosi em seu clássico livro “Dialética da Civilização”, da década de 70. Afirmava, então, que, fora da universidade, os bens simbólicos são consumidos principalmente pelos meios de comunicação de massa, realidade, descrita por ele como um processo corrente de difusão na sociedade de consumo.

O homem da rua liga o seu rádio de pilha e ouve a música popular brasileira ou, mais freqüentemente, música popular (ou de massa) norte-americana. A empregada doméstica liga o seu radinho e ouve a radionovela ou o programa policial ou o programa feminino. A dona de casa liga a televisão e assiste às novelas do horário nobre. O dono da casa liga a televisão e assiste com os filhos ao jogo de futebol. As crianças ligam a televisão e assistem aos filmes de banguê-banguê. Quase todos ouvem o repórter da noite. A música e a imagem vêm de fora e são consumidas maciçamente. Em escala menor, o jornal, ou a revista, dá a notícia do crime, ou comenta as manobras da sucessão ou os horrores da seca ou da geada do Paraná. Em escala menor, ainda, o casal vai ao cinema: assiste ao policial, à ficção científica, à comédia ligeira, à chanchada. Os adolescentes lêem histórias em quadrinhos. Os adolescentes lêem as fotonovelas. Tudo isso é fabricado em série e montado na base de algumas receitas de êxito rápido. Há revistinhas femininas, populares e de classe média que atingem a tiragem de 500 mil exemplares semanais, com mais de um milhão de leitoras virtuais. Isto é a cultura de massa ou, mas exatamente, cultura para as massas.

De lá para cá, com pequenas variações, a situação não é muito diferente. Qual seria, então, a responsabilidade do Estado Democrático em garantir a pluralidade dos meios e, conseqüentemente, a diversidade cultural, preservando as identidades locais e regionais? Obviamente, não se pode mais creditar apenas à televisão comercial os problemas de formação cultural e educacional da sociedade brasileira, que são heranças de sua própria história e forma de colonização. Mas, não se pode ficar imobilizado pelo passado, razão pela qual o Estado e a sociedade civil não podem abrir mão de interferência nesse processo, por meio de debates públicos para a realização de mudanças estruturais. Nesse sentido, a mediação do espaço público exerce um papel fundamental.

Ainda em 1974, no livro *Television: technology and cultural form*, Raymond Williams desenvolvia suas reflexões partindo da idéia/concepção de que a televisão é o lugar onde se entrelaçam três importantes processos: o tecnológico, o institucional e o cultural. Isto leva a uma compreensão do ponto de vista das relações entre a dimensão tecnológica e a cultural na televisão. Entender essa relação pressupõe compreender a história dos meios de comunicação, em especial da televisão, e como ela se constituiu tecnologicamente ao longo dos tempos para determinar formas de comunicação que até hoje se mantêm presentes.

Durante muito tempo a televisão em geral foi demonizada por diferentes autores. Arlindo Machado (2001) critica as pesquisas sobre televisão e a visão de diferentes pesquisadores sobre esse meio, que deixam a impressão que na tevê não existe nada além

do comum, do superficial. Segundo Machado, por mais que pareçam avançar os estudos sobre a televisão, permanece ainda muito amplamente disseminada a idéia antiga de que televisão é meramente um “serviço”, um sistema de difusão, fluxo de programação, ou, numa acepção mais “integrada”, produção de mercado, sem considerar os aspectos positivos do próprio meio e sem discutir o *modus operandi* e de produção mais diretamente relacionados ao meio como *business*, do que ao próprio meio.

Na visão do mesmo autor, impera ainda entre os estudiosos a concepção de que o que importa não é o que acontece de fato na tela, mas o sistema político, econômico e tecnológico no qual se forjam as regras de produção e as condições de recepção. Com isso, as atenções voltam-se “para a estrutura genérica do meio, entendida como tecnologia de difusão, empreendimento mercadológico, sistema de controle político-social, sustentáculo do regime econômico, máquina de moldar o imaginário e assim por diante.” (Machado, 2000, p. 16).

É bem verdade que é necessário discutir, debater as questões políticas que são inerentes ao processo de regulamentação dos meios eletrônicos, essenciais para a democratização do acesso e à propriedade diversificada dos meios, entre eles a televisão. Não se pode, porém, deixar de lado estudos sistemáticos sobre a própria produção existente no meio, seja de natureza privada, pública ou educativa, para compreender melhor o próprio meio e sua influência na formação cultural dos cidadãos. Além disso, é cada vez mais urgente ampliar as pesquisas de recepção dos meios, que têm mostrado os limites de influência do próprio meio, na contemporaneidade, considerando o acesso a múltiplas fontes até então não consideradas pelos pesquisadores.

É preciso, portanto, relativizar o poder dos meios, com base em pesquisas empíricas que procurem compreender não só as estruturas e relações de poder inerentes aos veículos de comunicação, mas também as contradições do processo, cuja complexidade exige estudos aprofundados. Não se trata, portanto, de examiná-los sem considerar seu contexto histórico, político e cultural, mas ressaltando sempre os movimentos em curso, com os fluxos e refluxos da assim denominada sociedade civil, por meio de suas representações sociais, próprios do sistema democrático.

Martín-Barbero (2006), considerado um dos principais teóricos da América Latina, analisa a televisão como relato, dispositivo cultural e indústria; que busca compreender

suas formas, lógicas e conexões; e se propõe como meio central da comunicação contemporânea, uma vez que a tela televisiva tornou-se o local da visualidade que ritualiza formas de interpretar o mundo, e classifica as maneiras de “ver” socialmente aceitas. Face ao importante papel da televisão na sociedade, defende a necessidade de re/construção de processos públicos no setor e explica porque:

Aposta-se em uma reconstrução do projeto público de televisão que, - ciente das novas condições de produção e de oferta, das inovações tecnológicas e de reconfigurações do público - ofereça o reconhecimento e expressão da diversidade cultural que compõe o nacional, represente a pluralidade ideológico-política, propicie uma informação independente, plural e inclusiva das diferentes situações regionais. (MARTÍN-BARBERO, 2002, p.56).

Além dele, outros estudiosos como Sartori (2001), discutem a televisão em diferentes perspectivas. Giovanni Sartori (2001), por exemplo, um dos maiores protagonistas do debate cultural atualmente, na Itália, considera que televisão é o pior mal da civilidade, porque impede a reflexão. Em seu livro “Homo videns, televisão e pós-pensamento” afirma que a televisão impossibilita o livre pensamento, porque é o cenário do espetáculo incessante, onde a comunicação morre em prol do contato, e onde o real se esvai na auto-preferência do meio. Na sua visão, a televisão produz imagens e apaga conceitos, atrofia nossa capacidade de compreender.

Já Mattos (2004, p.169), observa que “só compreenderemos o que ocorre com a mídia se entendermos o seu desenvolvimento dentro do contexto sócio-econômico, político, social e cultural de cada país”. Em sua opinião, o caso brasileiro vai ao encontro às previsões e projeções baseadas nas primeiras constatações dos teóricos da dependência, mostrando a importância da realização de estudos empíricos na área.

O caso do Brasil nos leva a repensar as suposições e hipóteses de inúmeras teorias que vêm estudando o desenvolvimento dos meios de comunicação, principalmente a televisão, nos países periféricos e em especial no Brasil. Exatamente por isso acreditamos que estudos de caso podem ser de maior utilidade para se compreender o crescimento da mídia no Brasil do que muitas abordagens que tentam estudar a evolução da televisão brasileira a partir, e unicamente, de uma perspectiva global. (MATTOS, 2000, p.14)

Para Mattos (2000, p.19), é preciso construir uma teoria crítica e social da globalização mais abrangente do que as teorias identificadas como de direita ou de esquerda. Lembra que, diferentemente da sociologia funcionalista, a teoria crítica não enxergava nas novas técnicas de comunicação e na indústria cultural, ferramentas para o fortalecimento da democracia moderna, mas maneiras de alienar os indivíduos. Sérgio Mattos (2000), por sua vez, defende que para estudar causa e efeito é necessário examinar os veículos de comunicação, em especial a televisão, sob o contexto social, político, histórico, cultural, e econômico, e afirma ser necessário e urgente:

(...) construir uma teoria crítica e social da globalização que seja mais abrangente do que as teorias identificadas como de direita ou de esquerda, responsáveis por enorme lista de estruturas teóricas (desenvolvimentistas, terceiro-mundistas e outras mais reformistas ou menos radicais) usadas nos últimos trinta anos para explicar o fluxo da informação, os veículos de comunicação, principalmente a televisão, e os processos de interação sociocultural entre as nações. (MATTOS, 2000, p.19)

Por outro lado, considerando que a televisão entra em praticamente todos os domicílios do país, e compete diretamente com a escola, no processo de formação cultural, é necessário refletir sobre o sistema brasileiro de televisão e de rádio, que até recentemente foi marcado pelas emissoras privadas comerciais, apesar de suas concessões serem reguladas pelo Estado, cuja legislação, o Código Brasileiro de Radiodifusão, de 1962 é ainda considerado anacrônico, apesar dos “remendos” existentes e face às constantes mudanças tecnológicas do setor e às demandas sociais.

No Brasil, desde o surgimento da televisão, na década de 50, todo o processo de implantação foi determinado, majoritariamente, pelos interesses de emissoras comerciais distribuídas em menos de dez grupos familiares. Esses grupos, tutelados pelo governo e apoiados pelo Código Brasileiro de Radiodifusão da década de 60, garantiram sua expansão em redes pelo território nacional, incluindo o sistema de propriedade cruzada⁷, proibido em outros países, até hoje questionado por outros setores da sociedade.

⁷ Propriedade cruzada é a concentração de propriedade pelo mesmo grupo, de diferentes tipos de meios de comunicação, por exemplo, concessões de rádio e televisão e outros serviços como televisão por assinatura, jornais.

Quando questionado em entrevista à Rosane Santana⁸ (1989) para falar sobre o processo de concessão de canais de televisão no Brasil, Sérgio Mattos, diz:

O processo de concessão de televisão no Brasil, inicialmente, foi atribuído ao favoritismo político, através do qual a concessão de canais de televisão era feita sem um plano pré-concebido. Neste sentido, a proliferação de estações de televisão começou muito antes de 1964, mais precisamente durante o governo de Juscelino. Depois da criação do Ministério das Comunicações (em 1967), a concessão de canais de televisão começou a ser planejada mais tecnicamente, mas o favoritismo político continuou. A nova Constituição (5 de outubro de 1988) muda esta situação. (MATTOS, 1989)

As concessões de canais de rádio e televisão sempre foram usadas como moeda política, como explica Caldas, (1988), em sua tese de doutorado intitulada “O Latifúndio do Ar - Mídia e Poder na Nova República”:

No governo Sarney, o Ministro das Comunicações, Antônio Carlos Magalhães, o ‘homem forte da mídia, amigo de Roberto Marinho, exercitou com maestria sua forma de fazer política, usando um bem público como se fosse privado. “Em igualdade de condições (técnicas e financeiras), eu jamais deixo de dar a concessão a alguém que apóia o governo” (ACM, Folha de S. Paulo, 9/12/87, p.4). [...] Verificou-se um verdadeiro derrame de concessões de rádio e televisão. Era essa a moeda mais forte para a conquista do apoio político que o delicado momento exigia. Se de 1922 a 1963 (em 41 anos) o número de outorgas de frequências de emissoras de rádio AM, FM e TV em VHF foi de 807, de 1964 a 1985 (em 21 anos) esse número subiu para 1.240. No governo Sarney, de 1985 a 1988 (em apenas quatro anos), as outorgas alcançaram a impressionante cifra de 1.028. (CALDAS, 1988, p.113,114)

Esse fenômeno chamado de “coronelismo eletrônico” representa, sem dúvida alguma, o poder de barganha entre governo, políticos e alguns grupos empresariais. Como analisa Schröder (2007, s/p), a mídia era vista como mais um “negócio”, sem considerar sua função de utilidade pública.

“É hora de o Estado e seus agentes compreenderem que não lhes cabe tutelar, coagir ou cooptar a imprensa e os movimentos sociais. Uma nova postura neste sentido pode contribuir para o fim da prática de uso das verbas publicitárias oficiais como moeda de troca por condições de governabilidade,

⁸ Entrevista concedida por Sérgio Mattos a Rosane Santana e publicada no Jornal *A TARDE*, capa do Caderno 2 do dia 10 de janeiro de 1989. "A imprensa passa por uma crise de qualidade e de identidade". Disponível em: <<http://www.sergiomattos.com.br/entr2.html>> Acesso em: 25 de setembro de 2006.

ou do uso político do poder de concessão de outorgas de rádio e TV, possibilitando o surgimento de uma mídia não comprometida com correntes políticas ou projetos de poder.”⁹

Segundo Caio Túlio Costa (2005, p.5), no Brasil, nas três últimas décadas do século XX, apenas dez grupos familiares controlavam a quase totalidade dos meios de comunicação de massa no país. Fadul (1998, p. 83) chama a atenção para o grande poder de concentração dos grupos de mídia brasileiros, descumprindo o parágrafo 5º do artigo 220 da atual Constituição Federal, que proíbe o monopólio e o oligopólio, ressaltando os limites da própria Constituição de 1988, que “simplesmente condena os monopólios, mas sem apresentar instrumentos de uma ação efetiva nessa área”.

O Código Brasileiro de Telecomunicações de 1962, também determina que o grupo ou pessoa não possa ter participação em mais de 10 emissoras de TV no país, sendo cinco, no máximo, em VHF, o que ainda é totalmente desrespeitado.

Apesar da legislação restritiva, na prática, a concentração ficou ainda maior a partir da crise financeira de 2001, que possibilitou a competição do sistema nacional com empresas internacionais. A crise econômica e as alterações constitucionais de 2002, no governo de Fernando Henrique Cardoso, quando foi sancionada a Lei 10.610, em 20 de dezembro de 2002, permitiram a participação de 30% do capital estrangeiro nas empresas de mídia no Brasil.

Com a eleição de Fernando Henrique Cardoso para a Presidência da República, e com a instituição da obrigação de licitação para a outorga de concessões de geradoras comerciais, as RTVs mistas passaram a ser altamente cobiçadas, uma vez que não só não precisavam de licitação como sequer eram apreciadas pelo Congresso Nacional, sendo apenas autorizadas por meio de Portaria do Ministério das Comunicações. (Valente, 2009, p.75)

Durante o governo de Fernando Henrique Cardoso a redução sensível dos recursos oriundos do Tesouro da União, impôs à Radiobrás, por exemplo, uma dinâmica de busca por receitas próprias.

Por esta razão, de acordo com Laurindo Leal (2010) “dada a história da TV no Brasil, marcada pela hegemonia do modelo comercial, é necessária uma caminhada que vá

⁹ Disponível em: <http://alainet.org/active/20521> acesso em 2 de fevereiro de 2009.

aos poucos socializando a idéia da necessidade de um TV pública como alternativa às emissoras comerciais existentes”.

1.1. Indústria Cultural

O termo Indústria Cultural (IC) foi usado pelos primeiros teóricos da Escola de Frankfurt, na década de 20, na Alemanha, no Instituto de Pesquisa de Frankfurt, da Universidade com o mesmo nome e foram desenvolvidos no contexto da crítica ao capitalismo. Discutia os efeitos perversos dos “meios” nas estruturas sociais. A influência dos meios, de acordo com Adorno (1969), “impediam a formação de indivíduos autônomos, independentes, capazes de julgar e de decidir conscientemente”.

Para os teóricos dessa Escola como Walter Benjamin, Theodor Adorno e Max Horkheimer, aos quais se pode incluir Jürgen Habermas, as indústrias culturais, em especial a televisão, desempenhavam um papel central na construção da sociabilidade contemporânea. Questionavam a padronização dos bens culturais, assim como o domínio da técnica e das manifestações da cultura, cujas idéias e práticas atribuíam à ideologia capitalista, em prejuízo do homem, como salienta Adorno (1999, p. 8).

A indústria cultural traz em seu bojo todos os elementos característicos do mundo industrial moderno e nele exerce um papel específico, qual seja o de portadora da ideologia dominante, a qual outorga sentido a todo o sistema. Aliada à ideologia capitalista, e sua cúmplice, a indústria cultural contribui eficazmente para falsificar as relações entre os homens, bem como dos homens com a natureza, de tal forma que o resultado final constitui uma espécie de antiluminismo.

O próprio ócio do homem é utilizado pela IC com o fito de mecanizá-lo, de tal modo que, sob o capitalismo, em suas formas mais avançadas, a diversão e o lazer tornam-se um prolongamento do trabalho. Para Valente:

A inserção na Indústria Cultural é condicionada pela natureza institucional de cada agente, entendida como síntese entre a funcionalidade do ente no sistema, os aspectos constitutivos que condicionam os limites à sua atuação e a organização de sua estrutura de controle. Os capitais individuais operam orientados pelo motivo lucro e cumprindo as funções publicidade e propaganda. (VALENTE, 2009, p.48).

Poulantzas (1978), por sua vez, define o Estado como “a condensação material de uma relação de forças entre classes e frações de classe”. Para ele:

Se a Indústria Cultural é um elemento de mediação entre o capital, o Estado e as outras instituições das ordens econômica e política, de um lado, e as massas de eleitores e consumidores do outro, essa mediação não se faz em termos de grandes estruturas, segundo as linhas da dinâmica pesada que pode derivar dos modelos de base e superestrutura, mas antes segundo as relações conflituosas que se estabelecem entre os diferentes atores que, nos diferentes setores relacionados, participam daquela dinâmica ágil que responde, a cada instante, e de forma sempre problemática, às necessidades da acumulação do capital e da reprodução ideológica de um sistema caracterizado pela anarquia e pela contradição. (POULANTZAS, 1978, p.215-216)

O papel da IC, para os frankfurtianos, era bem definido, ou seja, o de manipular as massas tirando-lhes o espírito crítico e fazendo com que se conformem com o *status quo*. Entretanto, Mattelart (1994), pondera, à luz das sociedades modernas, que as teorias sobre a indústria cultural como sistema globalizado e sobre o Estado como entidade metafísica não prevêm a dimensão histórica, ou seja, a articulação dos “media” ao conjunto das contradições e estruturas onde estão inseridos.

“(…) o conceito é assumido pela nova situação de concorrência entre as políticas culturais tradicionalmente conduzidas pelo Estado, que atingem públicos restritos, e os meios de produção e difusão para um público de massa, cada vez mais ligados ao mercado internacional.” (MATTELART, 1994, p.229)

Nesse sentido, caberia à indústria cultural criar seus produtos por uma mistura, de duas áreas distintas de arte, uma chamada de arte superior e outra denominada de arte inferior:

A indústria cultural é a integração deliberada, a partir do alto, de seus consumidores. Ela força a união dos domínios, separados há milênios, da arte superior e da arte inferior. Com prejuízo de ambos. A arte superior se vê frustrada de sua seriedade pela especulação sobre o efeito, a inferior perde, através de sua domesticação civilizadora, o elemento de natureza resistente e rude, que lhe era inerente enquanto o controle social não era total. (ADORNO, 1971, p. 287)

Na visão de Valente (2009), a Indústria Cultural estaria no grau abstrato da conceituação da organização da produção, distribuição e consumo de bens e serviços culturais sob o capitalismo. Nesse sentido o que se vê de concreto é que na lógica do capitalismo, de certa forma, prevalece a produção de bens simbólicos padronizados pela dinâmica da valorização. Elementos culturais que porventura não estejam dentro desta lógica da mais-valia capitalista seriam eliminados do processo, ou prejudicados. E assim, seriam identificadas na esfera da circulação simples, como “mercadorias” num sistema que privilegia e enaltece o consumo de informação produzida sob a lógica do capital.

Thompson, J. B. (1998), ao refletir sobre os meios de comunicação no livro “A Mídia e a Modernidade”, relaciona a modernidade com as diferentes formas de interação entre os indivíduos, segundo o autor, a IC cria certo tipo de situação social através da qual os indivíduos são conectados por meio de um processo da comunicação e da troca simbólica.

Vivemos hoje, em sociedades em que a difusão de formas simbólicas através dos meios eletrônicos se tornou um modo de transmissão cultural comum e, sobre certos aspectos, fundamental. A cultura moderna é, de uma maneira cada vez maior, uma ‘cultura eletronicamente mediada’, em que os modos de transmissão orais e escritos foram suplementados e até certo ponto substituídos por modos de transmissão baseados nos meios eletrônicos.” (Ibidem, p.297)

A atuação do Estado na Indústria Cultural, segundo Bolaño (2000) representa um capitalismo em que a informação e a cultura reproduzem a seu modo, a contradição igualdade-desigualdade, que caracteriza a produção e apropriação da riqueza neste modo de produção.

Há, portanto, uma contradição fundamental entre a essência de uma informação de classe e a sua aparência como informação de massa, a mesma contradição que há entre o igual e o desigual, entre o contraditório e o não-contraditório que caracterizam a ideologia burguesa a LIBERDADE DA INFORMAÇÃO (Ibidem, p.51).

Para garantir a legitimação e os interesses gerais do sistema capitalista a Indústria Cultural deve realizar a informação como propaganda e assim adquire a forma de publicidade a serviço da concorrência ou monopolizada pelo Estado. Em diversos países, como a Itália, França, Espanha e também no Brasil, o meio de comunicação estatal, por

exemplo, também poderá cumprir a função de informar como “propaganda”, seguindo a mesma lógica dos veículos dirigidos por capitais individuais

No Brasil o poder exercido historicamente pela Rede Globo de Televisão, no plano da disputa ideológica na sociedade civil, é o exemplo mais claro da dominação de um veículo no plano do capital individual. Entretanto, é necessário destacar que a função primordial do Estado, na perspectiva dos teóricos da Indústria Cultural, é a garantia da coesão social e da legitimação dos interesses gerais da classe dominante.

É, portanto papel do Estado garantir, segundo Bolaño:

Os interesses gerais da propaganda contra os interesses individuais não só da publicidade, mas também dos grupos políticos e de propagandistas que se digladiam por interesses estratégicos imediatos, até mesmo dentro do próprio aparelho do Estado (BOLAÑO,2000, p. 54).

Quando a Indústria Cultural (IC) age como um elemento de mediação entre o capital, o Estado, e as instituições de ordem econômica e política, possibilita um diálogo com o público e oferece ao mesmo tempo mensagens que respondem às demandas informativas e simbólicas desse público. Porém, quando a IC opera, unicamente, na produção de bens simbólicos, numa ótica capitalista visando apenas o lucro, ela rompe essa comunicação dialógica e fortalece uma estrutura monopolista, massificada e massificante que, visando apenas o lucro, fundamenta-se nesse consumo de massa.

No contexto da Indústria Cultural seria correto afirmar que a comunicação social é gerida por grupos econômicos com interesses próprios que mantêm um relacionamento interdependente com o poder político ao partilhar ao lado dele espaço na sociedade. A política em muitos momentos não é feita pelos *media*, mas por outro lado não pode ser feita sem a ajuda deles. O conteúdo veiculado pela IC apresenta uma tendência de atuação baseada em interesses que estão limitados à pressão de mercado e que dominam a atividade privada e estatal.

Nos países desenvolvidos, como os EUA, as empresas de comunicação auscultam periodicamente as tendências de opinião de público receptor e, em função do público, orientam ou reorientam as suas mensagens opinativas. Os meios de comunicação estão sob o domínio de determinados grupos, em qualquer sociedade, prevalecendo a tese de que eles moldam o comportamento dos indivíduos de modo a que possam realizar uma mudança estrutural na opinião pública. (GOMES, 2004, p.07)

Tratam assuntos semelhantes de forma diferente, dependendo das suas implicações políticas, publicitárias, ao mobilizar apoio para os interesses especiais de fontes dominantes, colaborando para a manipulação da informação, e oferecendo ao público uma interação na base de interpretações simbólicas.

Para Ondina Fachel Leal, o conceito de Indústria Cultural vai além da produção de bens simbólicos, o autor examina a relação do público com a IC, e com a audiência, que busca resolução simbólica a um determinado tipo de necessidade:

A esta noção da indústria cultural, como produtora de falsas necessidades, cabe uma questão, que é anterior: o porquê da audiência buscar resolução simbólica de um determinado tipo de necessidade (necessidades simbólicas, quer vicariamente simbólicas ou não, mas, ainda assim, simbólicas e, ainda assim, necessidades efetivas). É possível que a indústria cultural não invente as necessidades, embora veicule e insista na possibilidade de encontrar satisfações através da compra de mercadorias, e ela própria promova uma gratificação no consumo de seus bens (LEAL, 1985, p. 18).

Mas ao instituir os órgãos de comunicação públicos, dentro desse universo de satisfação simbólica, é possível garantir uma liberdade maior de informação e de reflexão sobre a real necessidade de gratificação no consumo de seus bens.

Nesse sentido a preocupação não é somente de natureza simbólica, pois no processo de garantir uma coesão social em uma situação de desigualdade, o sistema de comunicação pública, não serve apenas para equilibrar, mas é empregado para fortalecer os elos de aumento e aceleração da circulação da informação. O Estado aqui aparece com um organismo próprio através dos meios de comunicação públicos, e para funcionarem como agentes em concorrência aos meios privados devem entrar na disputa por espaço e atenção da população.

De acordo com Jonas Valente (2008, p.07), quando se refere aos meios de comunicação públicos, o autor explica que “o público aqui, não é entendido como uma esfera de visibilidade para o conjunto das pessoas, como preceitos normativos ou como o espaço da reunião da sociedade, mas como a qualidade de um aparelho do Estado”.

Ainda segundo Valente (Ibidem) “a televisão pública é entendida como um aparelho do Estado que possui uma materialidade institucional na sua concretização enquanto sistema de emissoras que ofertam um serviço de televisão à população”.

1.2. Sociedade da Informação e do Conhecimento

A presença da televisão, que conta com o sincretismo entre os planos visual, sonoro e verbal, é extremamente forte em nossa sociedade. Cada vez mais as pessoas são bombardeadas por todos os lados, com informações e estímulos, nestes tempos em que se consolida como uma sociedade da informação e do conhecimento, em que o capital informação é um bem cada vez mais precioso e cobiçado.

Em tempos de hibridização cultural, Dominique Wolton (2004) enseja que a referência à noção de *cidadão multicultural* não significa, necessariamente, a instauração de um multiculturalismo, mas de um indivíduo que tem acesso a várias formas de cultura, de maneira muitas vezes fragmentada por meio das mídias.

Ao interpretar o mundo por meio de perspectivas diferenciadas e/ou com culturas locais, a televisão oferece aos telespectadores a possibilidade de entretenimento gratuito, numa espécie de “mosaico” mundial dos acontecimentos, onde pequeninas partes de uma informação ou conteúdo, são pulverizadas em suas diferentes grades de programação, e pelos telejornais exibidos diariamente pelas emissoras. Anulando uma reflexão mais profunda e crítica por parte dos cidadãos.

Nesse sentido, a sociedade da informação se baseia em alguns aspectos relacionados à convergência tecnológica, aliada a queda do custo dos equipamentos. O conceito de “aldeia global” de Marshall McLuhan, da década de 60, em que o tempo e espaço se diluíram a partir do progresso tecnológico, interconectando todos e fazendo com que o acesso às informações de todo o mundo fossem praticamente instantâneas. Agora é possível com a televisão por satélite e pela *internet* atuar em um novo espaço de resistência que se coaduna com um fenômeno maior: o fato de que as mídias passaram a ser construídas em parte pelos próprios usuários e telespectadores.

O desenvolvimento das tecnologias de produção audiovisual digital, por exemplo, ocorrido no final do século XX, mais precisamente nos anos 90, foi responsável por gerar uma pluralidade de meios de recepção, de captação, e de programas de edição de imagens e sons.

Já é possível produzir vídeos, documentários, reportagens etc. com um pequeno orçamento e com equipamentos semi-profissionais, utilizando-se de câmeras de baixo custo, computadores e softwares de edição de som e imagem, celulares etc. Além do baixo custo, estes equipamentos apresentam qualidade próxima à profissional e são responsáveis pelo aumento da produção, uma vez que a *internet* é um grande repositório de vídeos como os portais YouTube, MySpace, entre outros.

Este cenário tem redefinido o papel tanto das grandes emissoras de *broadcasting*, que realizam a comunicação massiva, centralizada, vertical e unidirecional, quanto o papel político e social desempenhado pelo digital, que tem a função de descentralização e democratização da comunicação.

Temos, portanto, de redefinir conceitos e nos adaptarmos ao novo paradigma, proveniente da confluência da comunicação com as telecomunicações e a informática, do contrário vamos repetir o discurso do ex-Ministro das Comunicações, do governo Lula, Hélio Costa, proferido em cerimônia de abertura do 25º Congresso Brasileiro da Radiodifusão realizado em Brasília pela ABERT – Associação Brasileira de Emissoras de Radio e Televisão, em 2009. Na ocasião, o então Ministro solicitou aos jovens, que voltem a assistir televisão e a ouvir rádio, e não utilizem tanto a *internet*¹⁰. Isso quer dizer que há lugar para todas as formas de comunicação. Da mesma forma que o mundo eletroeletrônico não aboliu a escrita, o novo paradigma digital não anula as formas de representação mediadas pelos dispositivos analógicos, ou seja, as formas massivas.

As funções pós-massivas, como por exemplo, massivas existem na *internet* e nas novas mídias digitais, como nos grandes portais jornalísticos, não representam a abolição da comunicação de massa, mas, ao contrário, apresentam-se como um processo de complexificação do momento anterior. Portanto, não se pode recusar o modelo tradicional de mídia massiva, pois, todos os modelos (massivos e pós-massivos) podem coexistir,

¹⁰Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/informatica/ult124u576062.shtml>. Acesso em 03 de junho de 2009.

sincronicamente, num mesmo espaço social. Os novos ambientes de comunicação vão unir cada vez mais soluções textuais, visuais e audiovisuais em uma forma integrada e atraente, que altera os conceitos clássicos de emissão, recepção e produção, e que está em constante construção e reelaboração. Estamos vivenciando a Era Digital, um momento de transformação da lógica de comunicação de massa, para uma comunicação multilateral e colaborativa.

Cidoval Morais de Sousa (2005, p.76-77), na sua tese de doutorado intitulada: “Geociências, comunicação e cidadania: aspectos da construção de diálogos numa televisão de natureza pública” identifica a partir dos anos 40, o predomínio de alguns programas (enfoques) de estudos em televisão como a teoria dos efeitos, que envolvia as intenções e o poder ilimitado dos produtores de mensagens audiovisuais Também descreve a teoria dos usos e gratificações nos anos 60, que tratava dos efeitos relativos da televisão sobre as audiências, onde o foco central residia no conjunto de motivações que levavam o telespectador a expor-se à televisão.

Já a sociedade em rede, no final do século XX, segundo Manuel Castells (1999) reforça o sentido de transformação pelo qual passa a sociedade contemporânea. O autor desenvolve várias reflexões sobre o novo paradigma tecnológico em torno da tecnologia da informação. Isto porque os processos estão cada vez mais organizados em torno de redes, desde que compartilhem os mesmos códigos de comunicação. Discute a existência de uma nova morfologia social de nossa sociedade, apropriada pela economia capitalista voltada para a inovação, globalização e a concentração. Vivemos, de acordo com Castells, uma cultura de desconstrução e reconstrução contínuas. Uma nova forma de organização social que visa à suplantação do espaço e invalidação do tempo.

O sociólogo francês, Pierre Bourdieu (1998, p.10) chama a atenção em seus estudos para o enorme poder simbólico da comunicação moderna, com seus signos multifacetados de conceitos, ideias, que são os instrumentos por excelência da ‘integração social’ de conhecimento e de comunicação. Esses símbolos, para Bourdieu, tornam possível o consensus acerca do sentido do mundo social e, desta forma, contribuem para a reprodução da ordem social. Esta explicação ajuda a entender porque as produções simbólicas estão relacionadas aos interesses das classes dominantes em que as ideologias são apresentadas

como “produto coletivo” e que servem aos interesses universais, e, portanto são comuns ao conjunto da sociedade.

1.3. O poder da mídia e da televisão

Segundo Mattos (2004, p.169), “só compreenderemos o que ocorre com a mídia se entendermos o seu desenvolvimento dentro do contexto sócio-econômico, político, social e cultural de cada país”. Ainda segundo Mattos (2000, p.14), o caso brasileiro vai ao encontro das previsões e projeções baseadas nas primeiras constatações dos teóricos da dependência, e exemplifica:

O caso do Brasil nos leva a repensar as suposições e hipóteses de inúmeras teorias que vêm estudando o desenvolvimento dos meios de comunicação, principalmente a televisão, nos países periféricos e em especial no Brasil. Exatamente por isso acreditamos que estudos de caso podem ser de maior utilidade para se compreender o crescimento da mídia no Brasil do que muitas abordagens que tentam estudar a evolução da televisão brasileira a partir, e unicamente, de uma perspectiva global. (MATTOS, 2000, p.14).

Para Mattos (Ibidem), é preciso construir uma teoria crítica e social da globalização mais abrangente do que as teorias identificadas como de direita ou de esquerda, que não dão conta da complexidade e das contradições inerentes ao sistema. Diferentemente da sociologia funcionalista, a teoria crítica não enxergava nas novas técnicas de comunicação e na indústria cultural, ferramentas para o fortalecimento da democracia moderna, mas maneiras de alienar os indivíduos. Sérgio Mattos (2000) defende que para estudar causa e efeito é necessário estudar os veículos de comunicação, em especial a televisão, sob o contexto social, político, histórico, cultural, e econômico, e considera necessário e urgente:

(...) construir uma teoria crítica e social da globalização que seja mais abrangente do que as teorias identificadas como de direita ou de esquerda, responsáveis por enorme lista de estruturas teóricas (desenvolvimentistas, terceiro-mundistas e outras mais reformistas ou menos radicais) usadas nos últimos trinta anos para explicar o fluxo da informação, os veículos de comunicação, principalmente a televisão, e os processos de interação sociocultural entre as nações. (MATTOS, 2000, p.19)

A urgência de estudos de recepção para melhor entender os efeitos da televisão e atuar sobre eles, é uma tarefa inadiável. Isto porque, a dependência da “telinha” é uma

realidade em função da estrutura de fluxos de programação do próprio meio. Segundo Willians (1999), a estruturação da programação televisiva visa garantir a fidelização do telespectador, que chega a tal grau de radicalidade que, da seqüência de programas originais passa-se a uma dinâmica chamada pelo autor de *flow*, ou seja, fluxo. Isso marca a articulação entre o caráter do meio definido pela articulação entre as características técnicas e o modelo de financiamento dos produtos que ele veicula, aliado as lógicas de consumo. Assim é garantida a atenção do público telespectador com atrações contínuas, e, no caso brasileiro, uma grade definida por alternância entre telejornais, telenovelas, série e humor, estimulando o consumo do meio por ele próprio.

Chomsky (2009), explica que as corporações midiáticas são especialistas em desviar a atenção dos grandes temas para centrar a opinião pública em questões como a moda ou o espetáculo em diversos momentos da conjuntura.

Ao mencionar o exemplo do sistema estadunidense de mídia, que está sob o controle de grandes corporações midiáticas, Chomsky (2009)¹¹ ressaltou que “nos Estados Unidos o sistema sócio-econômico está projetado para que o controle dos meios esteja nas mãos de uma minoria, dona de grandes corporações (...) e o resultado é que sob o manto da 'liberdade de expressão' estão sempre os interesses financeiros desses grupos”.

No livro “A Manipulação do Público, Política e Poder Econômico no uso da Mídia”, Edward S. Herman e Noam Chomsky (2003) explicam através da Teoria da Propaganda como os meios de comunicação formam um sistema de propaganda descentralizado e não conspiratório, porém extremamente poderoso. Esse sistema cria um consenso entre a elite da sociedade sobre os assuntos de interesse público estruturando esse debate em uma aparência de consentimento democrático, mas atendendo os interesses dessa elite, e afirma que “a propaganda representa para a democracia aquilo que o cassetete (isto é, a polícia política) significa para o estado totalitário”.

¹¹ Disponível em: <http://www.socialismo.org.br/portal/internacional/39-noticia/1093-chomsky-a-liberdade-de-expressao-e-propriedade-das-corporacoes-midiaticas-em-eeuu> Acesso em 28 de agosto de 2009.

1.4. A sociedade do espetáculo

O termo “Sociedade do espetáculo” foi cunhada por Debor (1997), principalmente para falar da televisão. O “espetáculo”, de acordo com Debord não se resume apenas aos meios de comunicação, embora a televisão seja sua principal representação. Para ele o espetáculo é uma forma de sociedade em que a vida real é pobre e fragmentária, e os indivíduos são obrigados a contemplar e a consumir, passivamente, as imagens de tudo o que lhes falta em sua existência real.

Não se pode, porém, atribuir à televisão todos os malefícios da sociedade, mas reconhecer seu poder na formação da opinião pública e discutir os caminhos de sua democratização que passam, necessariamente, pelas emissoras públicas de televisão, assim como pelas emissoras comunitárias, educativas, legislativas, que se constituem em outras possibilidades de convivência com as emissoras privadas, comerciais.

Como explica Caldas (2005, p.139):

A formação do imaginário social é calcada numa aldeia global, onde tudo se articula em teias-multimídias, com informações fragmentárias, destituídas de contexto, sem uma perspectiva histórica que permita interligar o presente ao passado e ao futuro. É cada vez mais urgente a necessidade de uma reflexão crítica sobre o papel da mídia para o retorno de uma utopia social que substitua a práxis de uma produção acrítica e a lógica do consenso fabricado pela reconquista do sujeito histórico. A mídia é um importante agente no desenvolvimento de uma cidadania ativa, em que a ação transformadora seja um passo natural à formação de uma consciência coletiva.

1.5. Comunicação Pública e Cidadania

Habermas (2003), por sua vez, avalia que a esfera pública passou a ter o “status normativo de órgão de auto-mediação da sociedade burguesa com um poder estatal que corresponda às suas necessidades”.

A implantação de espaços de participação dos indivíduos na sociedade civil é fundamental para a elaboração de mecanismos em que exista desenvolvimento de lutas políticas e ideológicas. Há dois níveis superestruturais segundo Gramsci (1991, p.10-11),

“o que se pode chamar de sociedade civil (isto é, o conjunto dos organismos chamados comumente de ‘privados’)”, e o segundo “o da ‘sociedade política ou Estado’, que correspondem à função ‘hegemônica’ que o grupo dominante exerce em toda a sociedade, e àquela de ‘domínio direto’ ou de comando que se expressa no Estado ‘jurídico’”

De acordo com Derrick De Kerckhove (2006), a luta política hoje não se fará entre direita e esquerda, mas entre quem vê televisão sem uma resposta e quem adere à *internet* com uma informação muito mais completa e que todos podem gerir e alimentar.

É necessário investir no caminho de um novo aprendizado, que permita agregar para desenvolver as inúmeras potencialidades individuais e comunitárias. Manuel Castells (2002) é insistente ao afirmar que a *internet* não reinventa a roda; ela desenvolve e potencializa aquilo que a sociedade já tem. Faz-se necessário pensar a diversidade cultural e educativa, que cada cidadão aumente sua condição de análise e crítica, em relação a si mesmo, aos outros e à situação nacional, e isso depende das condições de comunicação local e nacional. Valorizar o estímulo a atitudes criadoras e imaginativas que possam transformar a sociedade e a difusão dos bens e produtos culturais

Entender a dimensão cultural do espaço público e sua mediação é necessário para compreender as mudanças e evoluções tecnológicas e a inserção da televisão neste contexto. Se nos anos 90 encontramos os estudos de televisão com o enfoque mais voltado para as pesquisas sobre os processos culturais e as mediações que participam do processo de compreensão, interpretação e uso das mensagens televisivas, atualmente, estuda-se, dentre outros aspectos, a relação entre os textos televisivos e os contextos culturais onde são realizados, e a televisão como eixo da reflexão social e a sua influência sobre as agendas públicas, a política, os estilos de produzir saber e compreender o mundo. (Sousa, 2005, p.77).

Entretanto, não se pode esquecer, de acordo com Caldas, (2005, p.139), o poder da mídia e da televisão em particular, face ao seu potencial educativo e cultural, que pode melhor ser compreendido pelas emissoras públicas e educativas, pelo compromisso social previsto em seus estatutos.

O potencial educativo e dialógico da mídia como de/formadora da opinião pública é evidente numa sociedade calcada na indústria cultural com seus valores e crenças determinando, a todo o momento, comportamentos e contribuindo para a formação de mentalidades. Numa sociedade de teias-multimídias, a destruição da temporalidade provocada pela mídia em suas

múltiplas formas de representação da realidade, de simulacro do real influencia diretamente a percepção pública sobre o real.

É necessário, portanto, segundo a mesma autora, entender o papel da televisão pelo seu poder de re/construir a realidade e de destruição da identidade, para poder atuar sobre ele.

A questão da identidade, do sentido de pertencimento, do visível e do invisível, do verdadeiro e do falso, do fato e da versão povoam o imaginário popular em que a ficção, a representação da realidade se transforma no acontecido. O modelo de gestão capitalista da comunicação em que a informação é vista quase sempre como business e não como conhecimento resulta numa nova forma de colonização social em que os cidadãos são meros consumidores. A mundialização de hábitos e comportamentos modernos em função da mudança da cultura livresca pela cultura imagética e as armadilhas da informação compartilhada resultam na formação do pensamento uniforme. (Caldas, 2005, p.139).

Diante do cenário acima traçado, a instituição de uma comunicação voltada para o interesse público representa um importante desafio brasileiro para o processo de democratização da comunicação e transformação da sociedade de consumo em sociedade cidadã, como defende Miranda (2007, p.4-5).

Nesse sentido, o reconhecimento do Governo Federal, por meio do Ministério da Cultural e da Radiobrás, sobre o potencial da consolidação da comunicação pública no país, com a perspectiva de alterar a correlação de forças no meio audiovisual brasileira, é considerado um aspecto positivo por diferentes segmentos da sociedade civil. O que se discute, principalmente, é que sejam criados mecanismos específicos e regulamentados os princípios básicos da comunicação pública, para que possa, de fato, estar à serviço do país e não de grupos de interesse, sejam eles governamentais ou não. Somente assim será possível, efetivamente, uma mudança no processo de democratização da radiodifusão brasileira, atrelada durante décadas a alguns grupos.

Danilo Miranda (2007 s/p) afirma em artigo sobre TV pública no Brasil, que “um dos desafios da modernidade é ainda permitir que o poder da comunicação possa garantir a livre expressão de idéias e assegurar a coesão social”¹² e conclui:

¹² Disponível em: <http://diplomatieque.uol.com.br/artigo.php?id=20&PHPSESSID=7344ed5e82e51d5534f731688bd39468>
Acesso em 10 de novembro de 2007.

Diante da realidade brasileira, refletir sobre os caminhos da comunicação pública é também pensar em como educar para a democracia. Em vista disso, estamos inexoravelmente atados à comunicação pública comprometida com a transformação para a cidadania. Princípios nada novos na comunicação brasileira, mas de difícil empreendimento, haja vista alguns dos episódios enfrentados por iniciativas nobilíssimas, mas de alcance e fôlego restritos, diante dos muitos interesses menos públicos e mais privados que povoam a nossa história. O grande desafio é abordar narrativas diferentes, inteligentes e comprometidas com a transformação social. É preciso apostar em um novo aprendizado e em talentos que florescem mais por insistência e garra do que por meio de oportunidades. (Ibidem, s/p)

Numa espécie de “aparelho midiático”, a transformação social permitida pela comunicação, através de seus meios, deixa de ser um complemento para se tornar um componente essencial do conjunto da reprodução social. Não é possível buscarmos apenas o que nos parece “puro” ou “tradicional”, mas devemos buscar os “hibridismos” ou, como prefere o antropólogo italiano Massimo Canevacci (2007) as “polifonias” que estão em permanente transformação no caminho dos fluxos de informação sem territórios. O grande desafio, segundo Miranda (2007) é abordar narrativas diferentes, inteligentes e comprometidas com a transformação social.

Nessa linha de raciocínio Studart-Guimarães (2002) aborda a transformação social como consequência de mudanças de comportamentos individuais. O comportamento individual influencia o entorno social assim como é influenciado por ele.

O papel da comunicação social, no processo de integração e transformação social é atuar como elo entre os atores sociais que regem e que são responsáveis por essa mudança, ou seja, Estado, empresas e sociedade civil organizada. A interferência da comunicação social para a integração regional, visando o desenvolvimento de comunidades é muito grande. Sua capacidade de mobilização popular, de interferências culturais e multiculturais é enorme. Isto porque a comunicação social é “um conjunto de previsões estratégicas para a formulação de mensagens que têm por objetivo influenciar a mudança de comportamento das pessoas e da sociedade”. (Studart-Guimarães (2002, p.44).

Capítulo II

TV Pública x Estatal x TV Privada: conceitos e cenário

*“Esse é o papel da TV Pública: promover o universal,
que não passa pelo comercial [...] ser aquela que interpela o público,
incluindo o consumidor enquanto cidadão.”*
(Martín-Barbero, 2002)

II. TV Pública x Estatal x TV Privada: conceitos e cenário

Os modelos internacionais de emissoras públicas de televisão vêm sendo objeto de estudo de diferentes autores desde a década de 70, em função de experiências bem sucedidas na Europa. Na América Latina e no Brasil o debate é mais recente e toma corpo a partir da década de 90, quando pesquisadores debruçam-se para estudar as experiências latino-americanas. São eles o espanhol-colombiano Martín-Barbero (2002); os colombianos Beltrán (2002), Rincón (2002); Rey (2002); os chilenos Cifuentes (2002); Fernández (2002); Valério Fuenzalida (1985, 2002, 2006, 2007); o mexicano Orozco Gómez (1886, 1997, 1999, 2002), a argentina Maziotti (2002) e os brasileiros, Leal Filho (2000); Bucci (2000); Otondo (2002); Carmona (2003).

Em artigo sobre o desenvolvimento das televisões públicas na América Latina, Germán Rey define o panorama ao afirmar que:

De um lado, estavam os projetos de televisões comerciais, que ficavam com as emoções, os relatos dramáticos, o entretenimento; e do outro, a televisão educativa, que começou reproduzindo na tela as metodologias e didáticas empregadas na sala de aula. A esquizofrenia foi rapidamente percebida: a escola e a televisão educativa pertenciam a um exterior longínquo e desvinculado das mudanças que estavam ocorrendo (sociedades mais urbanas, variações de gênero, culturas juvenis em expansão), enquanto que as televisões comerciais tinham um relacionamento muito mais forte com o público, ocupando um território informativo, educacional e imaginário ao qual as televisões educativas tinham renunciado, devido à ênfase colocada na educação e nos seus mandatos de difusão (REY, 2002, p.92).

Para Diego Cifuentes os fatores que tornam necessária a existência da televisão pública nas circunstâncias históricas atuais são:

1) A expressão da diversidade que constitui a Nação. Por sua natureza, a empresa privada tem a opção legítima de expressar o ponto de vista de seus proprietários, isto é, de um setor da sociedade, com exclusão dos outros. (...) a televisão pública se justifica por se constituir em garantia de expressão da diversidade. 2) A cobertura nacional e a expressão descentralizada da comunidade nacional. (...) 3) A experimentação, inovação e atenção aos públicos minoritários. (CIENFUNTES, 2000, p. 131-132)

O mesmo autor chama a atenção para os riscos da utilização da TV Pública pelos grupos políticos do Estado, razão pela qual seu Estatuto precisa ter objetivos claros para o atendimento do interesse público. Embora autores como Dines (2003, p. 17) lembrem que toda mídia é essencialmente “pública, sobretudo os meios eletrônicos”, inclusive as privadas, “uma vez que dependem de concessão”, é inegável que atendem a interesses distintos, já que a televisão pública, em sua essência, não busca diretamente o lucro, ao contrário da privada. Isto não significa, no entanto, que uma emissora privada não possa fazer programas de interesse público.

Embora a Constituição Brasileira promulgada em 5 de outubro de 1988 determine, no Capítulo V da Comunicação Social, art. 223, que “Compete ao Poder Executivo outorgar e renovar concessão, permissão e autorização para o serviço de radiodifusão sonora e de sons e imagens, observando o princípio da complementaridade dos sistemas privado, público e estatal” , o que se observa é que, apesar da coexistência dos sistemas público, privado e estatal, o sistema de radiodifusão predominante no país na década de 1990 era o privado.

Segundo Laurindo Leal Filho (2007) em entrevista concedida ao *Jornal Brasil de Fato*, não há uma definição legal para cada sistema no Brasil:

“Aqui no Brasil, talvez como uma forma de protelar a implementação do sistema público, há quem diga que não há clareza. Mas não é difícil definir cada um deles. Os artigos referentes à comunicação da Constituição praticamente não tiveram regulamentação. É fundamental que se defina isso em lei, mas pelo o que eu conheço dos projetos que tramitam no Congresso na área de comunicação, não me lembro de ter visto nenhum projeto nesse sentido”. (LEAL, 2007 s/p)¹³

De acordo com o então presidente da Radiobrás, Eugênio Bucci (2007) em entrevista concedida ao *Jornal Folha de S. Paulo* quando questionado sobre a diferença em TV Pública e TV Estatal afirma:

Há vários níveis de distinção. Falar que a TV estatal defende o governo e que a TV pública é independente é um argumento capcioso, porque mesmo a TV inteiramente de propriedade do Estado não pode fazer proselitismo. O dever da impessoalidade vale para todas. Sou um entusiasta da TV pública. Nenhuma democracia prescinde da comunicação pública, porque ela supre áreas que a

¹³Entrevista concedida à Dafne Melo e publicada na edição n° 212 do jornal Brasil de Fato em 29 de março de 2007. Disponível em: <http://www.brasildefato.com.br/v01/agencia/entrevistas/onde-esta-o-sistema-publico> Acesso em: 01 de junho de 2008.

comunicação comercial não pode atender. Nosso problema é de gestão e formatação de marco regulatório.¹⁴

A percepção de TV Pública do jornalista e pesquisador Eugênio Bucci, em entrevista concedida à autora é a seguinte:

A Constituição fala em emissoras públicas, estatais e privadas. Isso nunca foi regulamentado (...) Pelo entendimento mais lógico é de se supor que quando o legislador constitucional falou em emissora privadas ele se refere às comerciais. Embora você possa ter emissoras de associação privada, quer dizer não estatais, que desempenham funções públicas voltadas para a aferição de lucro que sejam tipicamente públicas geridas por instituições ou por conselhos públicos. Tanto que a própria Fundação Padre Anchieta, que é a fundação mantenedora da TV Cultura de São Paulo é uma fundação de direito privado. E poderia ser, poderia ser entendida como uma emissora privada embora não desempenha atividade comercial. (BUCCI, 2010 s/p)

Beth Carmona (2003), com larga experiência prática em emissoras estatais e educativas no Brasil, com papel importante na gestão e discussão sobre os rumos e desafios da televisão pública no Brasil, tem uma visão muito própria do papel de uma emissora pública em sociedades democráticas. Segundo ela, “a TV feita para o cidadão dialoga com a sociedade civil e deve existir além da tela, sair do prédio das emissoras para buscar nos centros urbanos e rurais, inspiração nos movimentos sociais de cultura e informação, retratando a dinâmica social de seu público”. Na concepção de Carmona “A TV Pública deve ser uma televisão que estabeleça uma sintonia entre as demandas de informação e de educação de cada comunidade local” (CARMONA, 2008, p.10-11).

Para ela:

Hoje não basta diferenciar a TV pública utilizando a premissa da programação de qualidade. Hoje não basta diferenciar a TV pública só por seu conteúdo nacional, pois outros já se apoderaram dessas marcas. Hoje, a Rede Pública que faz sentido irá se dar pela possibilidade de diversificar as opiniões, de abrir os conteúdos, de tratar de todos os temas abordar todas as localidades. Essa será sua marca e sua qualidade. Hoje, no Brasil, é preciso expandir as oportunidades, ouvir outras vozes e ver e propiciar outros modelos e formatos. A tecnologia facilita cada vez mais esse caminho, principalmente neste momento, em que estamos entrando na discussão da revolução digital. (CARMONA, Op.Cit. p.53)

Já Eugênio Bucci, entende que:

¹⁴ Entrevista à Elvira Lobato em 18 de março de 2007 Jornal Folha de São Paulo, sucursal Rio de Janeiro. Disponível em: http://www.abert.org.br/D_mostra_clipping.cfm?noticia=103847 Acesso em 02 de julho de 2009.

Ao dizer que existem as emissoras públicas, eu sou obrigado a entender, que o legislador está se referindo aquelas que não têm finalidade de lucro, aquelas que não são comerciais, mas que não pertencem ao campo estrito das emissoras privadas, e que não pertence, por outro lado, ao campo das estatais. Nesse sentido uma emissora como a TV Cultura só pode ser enquadrada dentro desse designativo aí do público. As estatais são aquelas de propriedade do Estado, que desempenham uma função de comunicação estatal, mas atenção, isso não significa que elas sejam governamentais ou um entendimento equivocado e muito comum no Brasil é o de confundir emissoras estatais como emissoras governamentais. (BUCCI, 2010 s/p)

Estudioso do modelo da TV Pública britânica, a BBC de Londres e participante ativo nos debates sobre um sistema público de televisão no Brasil, desde a década de 90. Lalo Filho, atualmente, atuando como ouvidor da *TV Brasil*, acredita que é possível oferecer uma alternativa à televisão comercial com uma emissora pública de qualidade, aberta a todos os brasileiros.

Para Eugênio Bucci, ex-presidente da Radiobrás e responsável pelo processo inicial de implantação da *TV Brasil*, observa que “o espaço público no Brasil começa e termina nos limites impostos pela televisão” (2005, p.11). Lembra que no Brasil a televisão “é uma questão de poder (...) porque ela se confunde com o próprio poder” (Ibidem, p. 18).

Recentemente, Bucci (2010)¹⁵ em entrevista concedida à autora afirmou que: “Um ponto importante para a definição de uma TV pública, é que ela não presta contas ao mercado, razão pela qual não deve depender da veiculação de mensagem publicitária, como a maioria das emissoras privadas. Essa é outra característica que define se uma TV é pública ou não”, explica Bucci.

Ele diferencia este conceito de TV Pública que não precisa prestar contas ao mercado, por exemplo, do modelo de TV Pública chilena, que vive estritamente da publicidade, razão pela qual deve ser considerada, uma TV de mercado, porque depende do mercado para ter o seu orçamento.

Na perspectiva de Bucci, a questão orçamentária, dependência do mercado ou não é algo que precisa ser enfrentado no Brasil no processo de implantação da TV Pública. Outro aspecto a considerar é que uma emissora pública, em sua opinião, tem deveres ou compromisso estético, como por exemplo, inovar, experimentar linguagem, ter representação de vários setores na sua programação, regionais, étnicos etc.

¹⁵ BUCCI, 2010. Entrevista concedida à autora no dia 19 de julho de 2010 no escritório em São Paulo e gravada em suporte analógico. (ver Volume 2 Anexo I - Entrevistas)

2.1 Conceitos x Construção, contradições do modelo privado

Partindo da definição de vários autores anteriormente citados, podemos interpretar que o conceito de televisão pública se estabelece a partir das noções de cidadania e do direito à informação e comunicação. Por sua vez, a legislação básica que regulamenta o rádio e a televisão no Brasil, considerada anacrônica, é a Lei nº 4.117, de 27 de agosto de 1962, mais conhecida como Código Brasileiro de Telecomunicações.

No Brasil, a legislação não permite que nenhuma emissora possua mais que cinco estações de televisão, por isso, as grandes redes para efetuarem suas expansões utilizam o sistema de afiliadas. Este consiste em firmar um contrato com as emissoras regionais para retransmissão do sinal. (SILVA, 1996, s/p)

Embora a legislação brasileira, estabeleça regras claras para coibir o monopólio de grupos midiáticos – mesmo defasada em função dos avanços tecnológicos e mudanças culturais da sociedade –, o sistema é burlado, seja pela ausência de fiscalização ou pela falta de poder governamental em aplicar a própria lei, face à força política de seus proprietários, sejam eles empresários privados ou os próprios parlamentares, detentores de canais de rádio e televisão.

É importante lembrar que o Decreto-Lei nº 236 de 28 de fevereiro de 1967, complementa e modifica a Lei nº 4.117 de 27 de agosto de 1962 ao permitir a concessão de apenas duas TVs por Estado para cada pessoa física. Porém, na prática, vemos que também isso é inócuo. O desrespeito à legislação é patente. Existem mais de duas centenas de políticos como proprietários de meios de comunicação no Brasil. Segundo dados de março de 2008 do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação – FNDC, no Brasil, pelo menos 271 políticos são sócios ou diretores de emissoras de rádio e televisão.

Caldas, (1988), em sua tese de doutorado intitulada “O Latifúndio do Ar - Mídia e Poder na Nova República”, explica como se dava a moeda de troca entre políticos e governo:

No governo Sarney, o Ministro das Comunicações, Antônio Carlos Magalhães, o ‘homem forte da mídia, amigo de Roberto Marinho, exercitou com maestria sua forma de fazer política, usando um bem público como se fosse privado. “Em igualdade de condições (técnicas e financeiras), eu jamais deixo de dar a concessão a alguém que apóia o governo” (ACM, Folha de S. Paulo, 9/12/87, p.4). Verificou-se um verdadeiro derrame de concessões de rádio e televisão. Era essa a moeda mais forte para a conquista do apoio político que o delicado momento exigia. Se de 1922 a 1963 (em 41 anos) o número de outorgas de

freqüências de emissoras de rádio AM, FM e TV em VHF foi de 807, de 1964 a 1985 (em 21 anos) esse número subiu para 1.240 e no governo Sarney, de 1985 a 1988 (em apenas quatro anos) as outorgas alcançaram a impressionante cifra de 1.028. (CALDAS, 1988, p.113, 114)

O modelo absorto do sistema de radiodifusão no Brasil e na América Latina tem provocado uma série de debates para alterar esta situação desde a década de 80 e tem como referência inicial os modelos internacionais bem sucedidos, em que a BBC de Londres é freqüentemente citado. Por outro lado, na reflexão sobre os modelos existentes, há a busca por um modelo próprio, latino-americano, baseado em suas experiências recentes, considerando o importante papel da televisão na criação de identidades locais e para a construção de uma cultura cidadã.

Ao discutir conceitos e práticas da televisão latino-americana, os autores abordam inicialmente os antecedentes dos modelos europeus e americanos, até discutir os conceitos básicos, gêneros, audiência, cenário e perspectivas na América Latina.

Como explica Martin-Barbero (*In: RINCÓN, 2002, p. 54*):

A primeira televisão pública estará marcada na Europa por uma concepção elitista e um viés profundamente, voluntarista: os intelectuais e artistas acreditam saber o que as massas precisam; e com isso recriam a cultura nacional. E, até meados dos anos 70, em que se iniciam o processo de desregulamentação, o modelo público irá oferecer bons resultados, tanto do ponto de vista cultural, como nos planos político e econômico.

Este panorama, porém, se modifica segundo o autor “com a mudança do rumo ideológico, econômico, que começa a ocorrer com a estabilidade do Estado do bem estar e da sociedade”.

Inversamente a alguns modelos internacionais, que já são projetados como emissoras públicas, na América Latina, (...) as televisões nascem estatais antes que públicas e muito rapidamente, ao aumentar o número de receptores entre a população, são privatizadas, começando a depender maciçamente da indústria americana não apenas na programação, como também no modelo de produção.”(MARTÍN-BARBERO, *In: RINCÓN, 2002, p. 54*).

Cruvinel (2010)¹⁶, atualmente diretora da EBC, que integra a *TV Brasil*, lembra que “a televisão pública brasileira começou a ser construída no Brasil com 50 anos de atraso em relação à Europa”. Este atraso, segundo ela, “trouxe muitos problemas e o principal deles é

¹⁶ CRUVINEL, 2010. Entrevista concedida à autora por email no dia 16 de agosto de 2010. (ver Volume 2 - Anexo I – Entrevistas)

a falta de canais disponíveis, no sistema analógico, ainda dominante em nosso país”, o que faz com que uma emissora de caráter público, que deveria ser transmitida em canal aberto, só aconteça no sistema fechado, o que é uma contradição.

Como explica Cruvinel na mesma entrevista, “todo o espectro já foi concedido à exploração do setor privado e minimamente à exploração do próprio Estado. Ao “público”, restou muito pouco. Isso limita o alcance e a capilaridade da TV Pública. Este problema só será superado no sistema digital, que garante cobertura nacional à rede pública de televisão, e isso levará algum tempo”, daí os problemas enfrentados hoje.

2.2 Marco regulatório brasileiro e as concessões públicas

Somente com a Lei do Cabo de nº 8.977, de 6 de janeiro de 1995, mais de três décadas depois do Código Brasileiro de Radiodifusão de 1962 e após as alterações previstas no Capítulo V da Comunicação na Constituição de 1988, foram criadas as emissoras universitárias, comunitárias e, mais recentemente, os canais dos poderes Legislativo e Judiciário. Só a partir daí foi possível ampliar o leque de opções de programação das emissoras de televisão, sem, porém beneficiar a população, uma vez que são exibidos no sistema fechado.

As emissoras de televisão que compõem o chamado campo público no Brasil nascem como um contraponto à TV privada (comercial). Apesar de terem em comum o caráter público, são canais com características bem distintas e formas próprias de construção e consolidação. A TV Estatal, por exemplo, segundo Eugênio Bucci (2010) “é uma televisão que pertence ao Estado, pode ser gerida por conselhos mais ou menos independentes e é financiada diretamente pelo Estado mediante contratos mais ou menos permanentes”.

O marco regulatório dos serviços de televisão por radiodifusão, representado basicamente pela Lei nº 4.117/62, não diferencia os conceitos de TV pública, estatal e privada e, conseqüentemente, sequer estabelece regimes jurídicos diferentes.

A delimitação de um ambiente regulatório envolve muitos elementos de ordem política, econômica, social e cultural. O sistema político deve estar atento também a legitimidade de sua interferência. O ambiente regulatório pode ser considerado como o espaço onde são estabelecidos procedimentos, normas, mecanismos institucionais que

propiciam o relacionamento entre a mídia, a esfera política, o mercado e o público (HAMELINK, 1999, p. 13).

A Constituição impõe três sistemas de radiodifusão (público, privado e estatal) que precisam ser organizados pelo legislador e, assim, serem prestados pelos poderes estatais, sociedade civil e pelo mercado. Enfim, trata-se de obedecer à normatividade do texto constitucional.

Com efeito, apesar de a Constituição diferenciar os sistemas de radiodifusão estatal e pública, na prática há a confusão conceitual entre a televisão estatal e a televisão pública.

Daí a necessidade de delimitação do conceito de televisão estatal. Esta constitui uma modalidade de serviço público privativo do Estado, sendo que uma de suas finalidades é assegurar a comunicação social de caráter institucional, nos termos do art. 37, §1º da CF, a respeito dos atos e (ou) fatos relacionados ao Poder Executivo, ao Poder Legislativo e ao Poder Judiciário.

Segundo dados do *Observatório do Direito à Comunicação*¹⁷, em matéria publicada em 07 de fevereiro de 2008, Gabriel Priolli explica que:

A televisão pública é uma das modalidades de serviço de televisão, integrante do sistema de radiodifusão público, caracterizada como um serviço público não-privativo do Estado cuja função primordial é a execução de serviços sociais relacionados à educação, à cultura e à informação, realizada por organizações independentes do Estado, com a participação e o controle social, que não integram a administração pública e que não possuem fins lucrativos, submetidos a um regime de direito público de modo preponderante.

Nesse sentido, a importância do sistema de radiodifusão público reside no fato de que possibilita a concretização dos direitos à educação e à cultura por intermédio das televisões educativas. O sistema público é o âmbito, por excelência, para a realização dos direitos sociais relacionados à educação e à cultura e, especialmente, no caso das televisões comunitárias, o exercício direto pelos cidadãos das liberdades de expressão e de comunicação social.

No capítulo V da Lei nº 8.977 (Quadro.04) verificamos que são garantidos pelo Estado, canais básicos destinados ao legislativo municipal/estadual, para o uso compartilhado entre as Câmaras de Vereadores localizadas nos municípios da área de

¹⁷ Disponível em: http://www.direitoacomunicacao.org.br/content.php?option=com_content&task=view&id=2530 Acesso em 10 de agosto de 2008.

prestação do serviço da operadora de TV a Cabo, e que operem a distribuição de sinal de televisão. O objetivo é garantir aos munícipes, informações referentes aos trabalhos parlamentares e principalmente para a transmissão ao vivo das sessões plenárias. Além das Câmaras de Vereadores, a Câmara dos Deputados, o Senado Federal, e o Supremo Tribunal Federal também têm assegurado tais canais em distribuição considerada aberta, integral e simultânea. Abaixo a íntegra das características da Lei do Cabo.

QUADRO 04 – Capítulo V - Lei N° 8.977 – 06/06/1995

CAPÍTULO V

DA OPERAÇÃO DO SERVIÇO

Art. 23. A operadora de TV a Cabo, na sua área de prestação do serviço, deverá tornar disponíveis canais para as seguintes destinações:

I - CANAIS BÁSICOS DE UTILIZAÇÃO GRATUITA:

a) canais destinados à distribuição obrigatória, integral e simultânea, sem inserção de qualquer informação, da programação das emissoras geradoras locais de radiodifusão de sons e imagens, em VHF ou UHF, abertos e não codificados, cujo sinal alcance a área do serviço de TV a Cabo e apresente nível técnico adequado, conforme padrões estabelecidos pelo Poder Executivo;

b) um canal legislativo municipal/estadual, reservado para o uso compartilhado entre as Câmaras de Vereadores localizadas nos municípios da área de prestação do serviço e a Assembléia Legislativa do respectivo Estado, sendo o canal voltado para a documentação dos trabalhos parlamentares, especialmente a transmissão ao vivo das sessões;

c) um canal reservado para a Câmara dos Deputados, para a documentação dos seus trabalhos, especialmente a transmissão ao vivo das sessões;

d) um canal reservado para o Senado Federal, para a documentação dos seus trabalhos, especialmente a transmissão ao vivo das sessões;

e) um canal universitário, reservado para o uso compartilhado entre as universidades localizadas no município ou municípios da área de prestação do serviço;

f) um canal educativo-cultural, reservado para utilização pelos órgãos que tratam de educação e cultura no governo federal e nos governos estadual e municipal com jurisdição sobre a área de prestação do serviço;

g) um canal comunitário aberto para utilização livre por entidades não governamentais e sem fins lucrativos;

h) um canal reservado ao Supremo Tribunal Federal, para a divulgação dos atos do Poder Judiciário e dos serviços essenciais à Justiça; ([Alínea incluída pela Lei nº 10.461, de 17.5.2002](#))

As universidades e os órgãos que tratam de Educação e Cultura no governo federal e nos governos estadual e municipal, também são contemplados na lei e possuem o direito de compartilhar com outras instituições do(s) município(s) o espaço de radiodifusão de sons e imagens, em VHF ou UHF. Desta forma é garantida a propagação de informações e conhecimento ao universo de cidadãos/telespectadores localizados naquela região.

Porém, as emissoras operadas por instituições de Ensino Superior no campo da radiodifusão (TV aberta, nas frequências VHF ou UHF), não oferecem ao público telespectador, na maior parte das vezes, uma programação segmentada, especificamente universitária.

2.2.1 Artigo 223 da Constituição e Medida Provisória 398

A Constituição Federal (CF) do Brasil de 1988, que é fruto de um contexto histórico de luta entre as forças políticas, econômicas e sociais, possui uma proposta normativa de organização do Estado, da sociedade e do mercado, e ao mesmo tempo busca responder às arbitrariedades cometidas no passado decorrentes do regime militar.

Contudo, ao retomarmos o ano de 1985, com o início da refundação da democracia brasileira, os constituintes de 1988 tiveram a preocupação de estabelecer, no artigo 223 da Constituição Federal (CF), que deveria existir complementaridade entre os sistemas estatal, privado e público. Este último, embora mencionado, nunca havia sido regulamentado.

Portanto, de acordo com o Art. 223, da CF, compete ao Poder Executivo outorgar e renovar concessão, permissão e autorização para o serviço de radiodifusão sonora e de sons e imagens, observado o princípio da complementaridade dos sistemas privado, público e estatal.

Por outro lado, muitas matérias que foram colocadas no texto constitucional, não deveriam nele constar, por não serem tipicamente de ordem constitucional. Ao examinarmos o art. 223 da CF é curioso ler, por exemplo, que um dispositivo específico (art. 223, §2º), o que dispõe sobre a não-renovação da concessão ou permissão, dependerá de aprovação de, no mínimo, dois quintos do Congresso Nacional, em votação nominal. Ora, esta regra é dificilmente aplicável na prática, em virtude do elevado quorum em termos de votos, da pressão dos proprietários de veículos de comunicação em relação ao

Congresso, e também pelos interesses de alguns políticos que são donos de estações de radiodifusão.

Desta forma, torna-se necessário refletir qual o papel das emissoras públicas dentro desse contexto, e indispensável, portanto, uma mídia plural, que mostre as contradições e conflitos naturais da sociedade, e que possibilite às pessoas tornarem-se sujeitos de suas próprias decisões, e agentes de seus destinos. Uma mídia aberta às diferentes opções culturais, e vozes das múltiplas representações sociais.

Quanto maior for o grau de conhecimento dos cidadãos, menor será a possibilidade dele se deixar iludir por mensagens televisivas que contenham mentiras ou meias verdades em relação àqueles assuntos. Para Lins da Silva (1985), quanto mais as pessoas conhecem e têm acesso aos diferentes meios de comunicação de massa, mais críticas elas se mostram:

Assim, cada vez mais será importante para a formação de representações do real equilibradas a interação sobre os indivíduos de diversas e contraditórias instituições sociais. Os apocalípticos têm razão quando temem que o monopólio da informação se estabeleça. Mas não deveriam temer só o monopólio da fala televisiva, mas qualquer um. E exageram quando acreditam que ele já tenha chegado. É inegável que a TV tem crescido de importância como fonte de informação nos últimos anos. Não há dúvida que ela já é hoje a mais importante instituição social operando na área da ideologia. Mas ainda não é a única. (LINS DA SILVA, 1985, p.137)

Com as emissoras públicas abre-se a perspectiva de aumentar o grau de informação e conhecimento que os cidadãos possuem em relação a um determinado assunto. Muitas vezes o acesso à informação se dá por meio de canais atrelados a interesses comerciais, o que leva o telespectador, por exemplo, a buscar uma notícia mais factual e menos crítica, analítica, ou programas de caráter educativos e culturais, sem a preocupação com a audiência.

Nessa perspectiva, a televisão pública deve atender a outros requisitos como, 1- Ela não pertence ao Estado; 2 - Ela é administrada por conselhos que representam a sociedade civil (a decisão última pertence a esses conselhos, não a um governo); 3 – Ela tem autonomia financeira. O que significa, ela pode viver de recursos públicos, ela pode ter uma dotação orçamentária vinda do poder público, mas essa dotação não vem junto com o poder de interferência do Estado.

Em 2007, a Medida Provisória nº 398, convertida na lei nº 11.652, de 2008, institui os princípios e objetivos dos serviços de radiodifusão pública explorados pelo Poder Executivo ou outorgados a entidades de sua administração indireta, e autorizou que fosse constituída a Empresa Brasil de Comunicação – EBC. Adiante falaremos mais sobre a EBC. Mas cabe salientar alguns dos princípios que regem esta lei:

- I - complementaridade entre os sistemas privado, público e estatal;
- II - promoção do acesso à informação por meio da pluralidade de fontes de produção e distribuição do conteúdo;
- III - produção e programação com finalidades educativas, artísticas, culturais, científicas e informativas;
- IV - promoção da cultura nacional, estímulo à produção regional e à produção independente;
- V - autonomia em relação ao Governo Federal para definir produção, programação e distribuição de conteúdo no sistema público de radiodifusão; e
- VI - participação da sociedade civil no controle da aplicação dos princípios do sistema público de radiodifusão, respeitando-se a pluralidade da sociedade brasileira.

Um aspecto importante e essencial para a definição de uma TV pública é que ela não presta contas ao mercado, por isso não deve depender da veiculação de mensagem publicitária. Recentemente na transmissão da operação de resgate de 33 mineiros no Chile foi possível observar como se comporta uma emissora tida como pública. No exemplo citado, a Televisão Nacional do Chile (TVN) - empresa pública de comunicação, que teve exclusividade na captação das imagens dentro do cordão de isolamento usado no resgate – estima que 28 países nos cinco continentes tenham recebido seu sinal.

Segundo dados do Jornal *O Estado de S. Paulo*, em matéria publicada em 15 de outubro de 2010¹⁸, o diretor de produção da Secretaria de Comunicação do governo chileno, Reynaldo Sepúlveda, jogou sobre o presidente do Chile, Sebastián Piñera a responsabilidade pelo “show midiático” em escala global com a emissora pública. De

¹⁸ Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos.asp?cod=611ASP012> Acesso em 15 de outubro de 2010.

acordo com Sepúlveda a intenção não era ficar mostrando o presidente, mas fazer outro trabalho.

A transmissão da TVN gerou também um impacto gigantesco no volume comercial da publicidade indireta da emissora, uma vez que cerca de 1 bilhão de telespectadores no mundo acompanharam o resgate, em 28 países que receberam o sinal permanente da TV pública chilena. Estas cifras representam cinco vezes o nível médio de audiência para o horário, segundo dados do Jornal.

Esta é outra característica que define se uma TV é pública ou não. Então isso é outra questão a se enfrentar no modelo brasileiro em construção.

Hoje, os países carecem como nunca antes da existência clara e operante de uma televisão pública, que atenda ao interesse público e possa por ela ser fiscalizada por meio de mecanismos legais. Para Tereza Cruvinel (2010), Diretora Presidente da EBC – Empresa Brasil de Comunicação, “a televisão tal como a entendemos hoje não existirá no futuro, e devemos ter isso em mente o tempo todo”.

No caso latino americano as experiências revelam que houve uma dependência maior ao modelo comercial estadunidense de televisão. Dominique Wolton (1990) chama a atenção para aquilo que ele considera a “televisão geralista contra o espaço público fracionado”. Segundo ele, a televisão privada americana enfatiza a lógica econômica ao garantir um vasto mercado e, conseqüentemente, grandes lucros.

Ao lado desse argumento exclusivamente econômico, sempre existiu, na realidade, uma outra justificativa, menos veiculada, mas capital sobretudo se olharmos para os Estados Unidos, que “inventaram” a televisão geralista privada: é a idéia de que a televisão geralista é também um fator de integração social e de identidade coletiva para um país novo, (...) além da simples lógica econômica. (WOLTON, 1996, p.111)

Em contrapartida, existe também a televisão geralista com organização de televisão pública, mas comumente encontrada na segunda década do século XX no continente europeu. As televisões públicas têm sua origem no surgimento da televisão na Europa, por iniciativa do Estado. Todas elas - na Alemanha, na França, no Reino Unido e em outros países - nasceram como televisões estatais, controladas pelos governos nacionais.

2.3 Breve panorama mundial das emissoras públicas

Por iniciativa do Estado, o desenho das primeiras emissoras públicas de televisão surge na Europa durante o período que compreende a primeira Grande Guerra Mundial (1914-1918), e a partir das idéias do pós-guerra passam a exercer papel fundamental na consolidação de modelos de funcionamento baseados na participação da sociedade. Todas elas - na Alemanha, na França, no Reino Unido (1922), e em outros países - nasceram como televisões estatais, controladas pelos governos nacionais. Como a televisão emitia som e imagem acabou provocando um medo maior do que o rádio (veículo que também foi responsável por abastecer os militares com informações e notícias no período do conflito), já que era comum naquela época acusar os meios de comunicação de massa como “perigosos”, daí a razão de serem controlados pelo Estado.

De acordo com Wolton (1996, p. 25) a nacionalização da televisão era ainda mais justificada que a do rádio para se escapar aos demônios do lucro. E desta forma abria-se a possibilidade de que, caso a televisão fosse bem utilizada, ela poderia ser um excelente instrumento de democratização cultural.

Entretanto, alguns países como Itália, Bélgica e França reagiram de forma diferente ao modelo de funcionamento da televisão, e passaram a assumir uma lógica administrativa, política e centralizadora, já a Alemanha Ocidental, uma estrutura pública descentralizada.

Na Ásia, outro exemplo de emissora moldada a partir do sistema de rádios da BBC do Reino Unido, foi a NHK - Nippon Hoso Kyokai, fundada em 1926, com transmissões iniciadas em 1953. A emissora japonesa investia e se preocupava com a qualidade de seus conteúdos na grade de programação, e não apenas em atingir índices de audiência.

Idealizada para sustentar os pilares: informação, educação e entretenimento nos conteúdos transmitidos, esse modelo de televisão pública defendia o conceito de emancipação política, contando para isso com o apoio decisivo de recursos da sociedade em geral, que contribuía para garantir sua independência, como no caso da BBC do Reino Unido.

Segundo João Paulo Charleaux, no jornal *O Estado de S. Paulo* de 18 de setembro de 2009, "na Europa, a TV já nasceu pública. Até os anos 80 não havia emissoras privadas. Em países como Portugal, Itália, Grã-Bretanha, Alemanha, Japão e Holanda, o cidadão é

quem financia as TVs públicas.”¹⁹ No entanto, a inserção de um canal de televisão comercial na Grã-Bretanha ocorre em 1954 após um ato em prol da radiodifusão independente, o *Independent Broadcasting Act*²⁰, o que contrapõe a informação de Charleaux, e revela que na verdade a primeira emissora comercial do Reino Unido, ITV (*Independent Television*), concorrente da BBC, foi criada em 22 de setembro de 1955. Desta forma, o aparecimento precoce da televisão comercial na Inglaterra, se comparado com os demais países da Europa Ocidental, permitiu que o controle sobre o sistema televisivo fosse muito rígido.

No início, a TV pública na Europa surge como resultado de uma desconfiança em relação ao poder financeiro e o poder televisivo, em seguida passa a assumir um caráter integralista social e de modernização. Idealizada para sustentar os pilares: informação, educação e entretenimento nos conteúdos transmitidos, esse modelo de televisão pública defendia o conceito de emancipação e independência política.

Em relação à radiodifusão, a título de ilustração, citam-se os modelos considerados práticas eficientes do ponto de vista do controle social, organização e administração, nos Estados Unidos, Grã-Bretanha e Canadá, conforme o Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação²¹.

- Estados Unidos – PBS (Public Broadcasting Service) – empresa de mídia sem fins lucrativos, formada por 354 estações públicas de TV de todos os 50 estados dos EUA. É gerenciada por um grupo de 26 diretores com mandatos fixos e administrada por um quadro de 9 funcionários. A rede PBS, mantida com recursos da Corporation for Public Broadcasting (CPB), possui 12 diferentes fontes de financiamento em nível federal, estadual e local. Seu orçamento trienal é submetido ao Congresso e gira em torno de US\$ 2,4 bilhões.

¹⁹ Disponível em: http://www.estadao.com.br/estadaodehoje/20090918/not_imp437090.0.php Acesso em 18 de setembro de 2009.

²⁰ Disponível em: <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:qET3M40E4nUJ:www.capparelli.com.br/inglaterra.php+primeira+emissora+de+tv+comercial+na+gr%C3%A3-bretanha+itv&cd=8&hl=pt-BR&ct=clnk&gl=br&source=www.google.com.br> Acesso em 18 de setembro de 2009.

²¹ Extraído do texto “Propostas preliminares para um modelo de radiodifusão pública aplicável aos sistemas estatal e público de comunicação no Brasil”, publicado pelo Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação, em 21/11/2007 Disponível em: <http://www.fndc.org.br/arquivos/ContribuicaoFNDC.pdf>. Acesso em 20/07/2009.

- Grã-Bretanha - BBC (British Broadcasting Corporation) - gerida por um grupo de 12 controladores (governors indicados pela Rainha da Inglaterra) e um quadro de 10 diretores executivos. Os primeiros atuam como representantes do interesse público determinando o papel e as estratégias de longo prazo, enquanto os segundos gerenciam a operação das 10 divisões em que a rede de emissoras está organizada. Da taxa de £10,54 por mês pagas por cada britânico para ter um aparelho de televisão em casa e financiar o sistema BBC, £6,04 vão para a manutenção dos oito canais de televisão. O restante é dividido entre a sustentação das emissoras de rádio, o serviço mundial e o serviço interativo. Seu orçamento em 2006 foi de £4,2 bilhões.

- Canadá – CBC (Canadian Broadcasting Corporation) é administrada por 12 diretores, que prestam contas anualmente ao Parlamento, 11 membros do Comitê Sênior de Gerenciamento e um funcionário independente, nomeado pelo comitê e responsável pela aplicação da política da rede. Seu orçamento em 2003-2004 foi de 1,33 bilhões de dólares canadenses, sendo a maior parte originada de destinações orçamentárias – 937 milhões de dólares canadenses – e da receita com publicidade – 284 milhões de dólares canadenses. A rede calcula que cada canadense pagou 29 dólares canadenses por ano para financiar os 28 serviços operados em inglês, francês e oito dialetos aborígenes. É a principal fornecedora de conteúdo cultural canadense do País e possui plano de previdência para seus funcionários.

Nesse sentido, dos exemplos internacionais de emissoras que se qualificam como públicas vemos que o modelo britânico se destaca no cenário internacional:

Na Grã-Bretanha o modelo público é implantado concretamente no dia 1º de janeiro de 1927. Nessa data é emitida a primeira Carta Real criando a British Broadcasting Corporation e permitindo o seu funcionamento pelo período de dez anos. Esse é o documento legal básico (*primary constituent instrument*) que norteia o funcionamento da BBC e estabelece sua relação com o Estado. (LEAL, 1986, p.66)

Desta forma, a BBC (British Broadcasting Corporation) é considerada hoje, uma rede assistida, de alguma forma, por 90% da população do Reino Unido, segundo informações institucionais. O controle é feito com uma administração bem definida: diretor-geral mais 12 diretores, todos se reportando a um Conselho Curador que representa o povo. Esse Conselho monitora o que é feito na BBC e faz um relatório anual apresentado

à população e ao Parlamento. Um modelo bastante eficiente, que conta com uma rigorosa prestação de contas anual.

E a conclusão final mostra que o modelo público, mesmo submetido a pressões contrárias cada vez mais fortes, consegue sobreviver em toda a Europa ocidental. No caso britânico há um forte componente histórico-cultural a sustentá-lo. A BBC é patrimônio da nação e sinônimo de credibilidade. (LEAL, 1986, p.84)

O modelo britânico de televisão estrutura-se em torno do eixo público e privado, conta com oito 8 canais nacionais em TV aberta, e é mantida por taxa anual que é paga por toda residência britânica com televisor. Segundo dados do Jornal *Folha de S. Paulo* em matéria publicada em 18 de março de 2007²², a receita anual da BBC é da ordem de 12 bilhões de reais.

Recentemente, exatamente em dezembro de 2008, a França saiu na frente em um tema cujo debate se arrasta há anos na União Européia: a reformulação das TVs públicas.²³ A reforma previa, originalmente, que a partir de 5 de janeiro de 2009, os comerciais começariam a desaparecer das emissoras públicas francesas, e o financiamento das emissoras passaria a ser 100% estadual. De acordo com o projeto de reforma, a receita, equivalente a um terço do orçamento, será substituída por novos impostos sobre os canais privados e provedores de *internet*, sucessores de uma fatia publicitária de pouco mais de 250 milhões de Euros. A reforma foi aprovada pela Assembléia Nacional francesa no final do ano de 2008, e há quem diga, que ela tenha relação com uma vontade antiga do presidente Nicolas Sarkozy, de deter o controle dos quatro canais públicos do país na qualidade de diretor da TV pública.

O argumento do presidente Sarkozy para mudanças desta amplitude é de que se faz necessário uma "revolução cultural", que devolverá a qualidade ao serviço público, cada vez mais desgastado pela competição com os canais privados.

Segundo informações da empresa internacional de comunicação da Alemanha Deutsche Welle, na matéria publicada no portal de *Internet* em 10 de janeiro de 2009²⁴, os comerciais na televisão pública francesa deverão desaparecer por inteiro até 2011.

²² Disponível em: http://www.abert.org.br/D_mostra_clipping.cfm?noticia=103847 Acesso em 02 de julho de 2009.

²³ Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq2812200808.htm> Acesso em 02 de julho de 2009.

²⁴ Disponível em: <http://www.dw-world.de/dw/article/0,,3934916,00.html> Acesso em 10 de agosto de 2009.

Notícia publicada pela Revista Meio & Mensagem²⁵ em 2 de setembro de 2009, informou que a Comissão de Comunicação da União Européia (UE), instituição política independente, que preza pelos interesses da comunidade do Velho Continente, aprovou uma injeção de 450 milhões de Euros do Governo da França para subsidiar o grupo de televisão pública *France Télévisions*. O repasse das verbas seria uma compensação pelo fim da publicidade entre 20h e 6h, que compreende o horário nobre.

Ao mesmo tempo foi aberto um estudo para analisar os impactos causados pelo fim da publicidade, e a possibilidade de aprofundar ou manter o financiamento nos próximos anos, tanto para a TV francesa quanto para as públicas de outros países.

A *France Télévisions* é o maior grupo da televisão francesa, que mantém os canais *France 2*, *France 3*, *France 4*, *France 5*, *France Ô* e RFO. O organismo de radiodifusão é financiado em grande parte por licenças de televisão e publicidade, além dos subsídios diretos oferecidos pelo governo francês.

Se por um lado a redução da dependência comercial é bem recebida, pois poderá devolver o foco para o interesse da sociedade, por outro lado existe uma preocupação de que o governo use as novas formas de financiamento público para exercer controle editorial. Segundo especialistas em radiodifusão pública da consultoria britânica Oxford Global Media²⁶, o ideal seria um modelo misto, que combine verbas públicas e dinheiro privado. A informação foi publicada em matéria do caderno *Ilustrada*, no Jornal *Folha de S. Paulo* em 28 de dezembro de 2008.

Um panorama sobre a matriz atual de algumas emissoras públicas no mundo é representada pelo quadro na página seguinte (Quadro. 05) desenvolvido por Luis Felipe F. STEVANIM (2008). De acordo com o autor, as televisões públicas caminham no sentido de mudanças tecnológicas e financeiras, uma vez que a internacionalização está presente no contexto geopolítico contemporâneo.

²⁵ Disponível em: http://www.masteremjornalismo.org.br/noticia_view.php?id=2163 Acesso em 02 de setembro de 2009.

²⁶ Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq2812200808.htm> Acesso em

QUADRO 05 – Quadro da matriz de emissoras públicas no mundo

	Inglaterra	França	Espanha	Portugal	Estados Unidos
Televisão Pública	BBC	TV France	RTVE	RTP	PBS
Missão	Serviço público	Serviço público	Serviço público	Serviço público	Interesse Público e Educativo
Modelo de Financiamento	Licença paga (<i>licence fee</i>) e serviços prestados	Publicidade (1/3) e <i>Redevance</i> (Licença paga – 2/3)	Recursos públicos e publicidade. Não há licença paga.	Estatal. Apoio cultural e patrocínio são permitidos. Publicidade restrita.	Diverso: recursos da CPB (Corporation for Public Broadcasting)
Orçamento	£ 4,2 bi em 2006	€ 2,8 bi em 2006	€ 1,5 bi em 2005	€ 274 mi em 2004	US\$ 2,4 bi (trienal)
Gestão e Fiscalização	Truste (gestão) e Conselho Executivo (aplicação das políticas editoriais)	Conselho Superior de Audiovisual e Conselho Administrativo	Conselho de Administração, indicado pelo Parlamento; Conselho Assessor (programação)	Conselho de Administração (gestão) e Conselho de Opinião (programação)	Conselho de Diretores formado por representantes das estações-membro
Relação com a TV comercial	Complementaridade Equilibrada	Concorrência*	Concorrência*	Complementaridade Desequilibrada	Complementaridade Desequilibrada
Relação com o Estado	Independência em seu predomínio	Regulação (através do Conselho Superior de Audiovisual)	Dependência financeira parcial	Dependência financeira	Controle dos fundos, através da indicação dos membros da CPB

* Condição determinada pela presença da publicidade

Fonte: STEVANIM (2008)

2.4 Mudanças à vista

Ao interpretar o mundo por meio de perspectivas diferenciadas e/ou com culturas locais, a televisão oferece aos telespectadores a possibilidade de entretenimento gratuito, num mosaico mundial dos acontecimentos em suas diferentes grades de programação, e pelos telejornais exibidos diariamente pelas emissoras.

A presença da televisão, que conta com o sincretismo entre os planos visual, sonoro e verbal, é extremamente forte na sociedade latino americana. Cada vez mais as pessoas são bombardeadas por todos os lados, com informações e estímulos, próprios da sociedade contemporânea, que se consolida como uma sociedade da informação e do conhecimento, onde o capital informação é um bem cada vez mais precioso e cobiçado. Dominique Wolton (2004) enseja que a referência à noção de *cidadão multicultural* não significa a instauração de um multiculturalismo, mas de um indivíduo que tem acesso a várias formas de cultura por meio das mídias.

De uma emissora pública espera-se, mais do que de uma comercial, privada, a

possibilidade da informação contextualizada, com diferentes vozes para que o telespectador possa refletir sobre os temas enunciados e poder, então, formar sua própria opinião de forma autônoma. O poder e os riscos inerentes à televisão vêm sendo objeto de reflexão de vários autores, entre eles Férres (1998, p. 273), que aponta os problemas decorrentes do que denomina analfabetismo audiovisual. Isto porque, segundo ele,

(...) não se controla a comunicação audiovisual se não se conhecerem os mecanismos emocionais e inconscientes a partir dos quais ele atua (...) o analfabetismo audiovisual é mais perigoso que o verbal. O analfabeto verbal é consciente de sua limitação. Não poderá ter acesso à informação escrita, mas tampouco poderá ser manipulado por ela. O analfabeto audiovisual, no entanto, será presa fácil da manipulação audiovisual, porque terá acesso às mensagens sem capacidade de análise e, ao mesmo tempo, sem uma atitude de defesa, de controle.

Assim, a TV Pública abre a possibilidade de superação do passado autoritário desta modalidade de mídia, pois acolhe as mudanças e transformações recentes da sociedade, e valoriza a diversidade emergente das novas formas de identidade. Ao contrário das TVs comerciais em que parte de seus conteúdos apresentam tendência a transformar-se em mercadorias, próprias da sociedade do consumo, e terminam em alguns casos substituindo as culturas locais e regionais, em processo gradativo, porém, contínuo de perda das identidades, as emissoras públicas têm como compromisso principal garantir a diversidade cultural.

A convergência multimidiática aliada à plataforma digital reforça que os atuais modelos de TV pública não poderão permanecer da forma como estão, face às novas perspectivas propiciadas pela tecnologia. Essas alterações em curso exigem a ampliação das discussões em torno de políticas públicas que garantam a manutenção do espaço público conquistado pelas emissoras até hoje, caso contrário, os modelos de emissoras privadas sairão na frente do sistema digital, ampliando seu espectro e diversificando sua programação de caráter comercial.

Na América Latina, novamente um exemplo a ser destacado é a Televisão Nacional do Chile, líder de audiência. Desde o início dos anos 90, a emissora desempenha forte papel no cenário político nacional, não por acaso, pois a data é vinculada à abertura política pós-general Augusto Pinochet (1973-1990). A Televisão Nacional é transmitida mundialmente

por seu braço internacional, a TV Chile, com transmissões diretas da Ilha de Páscoa e da Antártida, somando 140 transmissoras no país.

A emissora chilena está inserida no mercado competitivo, e tem missão definida por lei, o que prevê programas de qualidade e divulgação da pluralidade do país. A verba obtida vem de um modelo comercial que adota um financiamento estatal totalmente independente. É uma forma de encontrar recursos sem ser “chapa-branca”, nem se render totalmente aos interesses comerciais.

Outro exemplo é A Voz da América, um canal de TV estatal dos Estados Unidos veiculado apenas no exterior. A população americana tem acesso mesmo à PBS²⁷, sigla de *Public Broadcasting Service*, rede de televisão pública com 354 emissoras nos Estados Unidos, Porto Rico, Ilhas Virgens, Guam e Samoa Americana.

Assim, apesar dos exemplos citados acima, as experiências latino americanas de televisão pública na maioria dos casos ocuparam lugares secundários na estrutura do setor. A fronteira público-privado sempre esteve no debate da sociedade latino americana, um fator político ligado ao movimento pela democracia. Nele, a participação da sociedade civil organizada esteve historicamente imerso nos movimentos sociais, na busca da identidade cultural e mais recentemente na luta pela emancipação, e contra um espaço privado dominado pelos valores única e exclusivamente econômicos

2.5 Experiências diante da Publicidade x Patrocínio

Segundo Jacques Bensimon²⁸, o modelo público de televisão financiada pelo Estado entrou em crise na década de 80. Devido à diminuição dos investimentos algumas emissoras foram obrigadas a competir por audiência, e isso gerou a procura por formas alternativas de financiamento. Teve início um amplo debate sobre patrocínio e publicidade com o objetivo de se criar brechas na legislação de radiodifusão vigente e assim garantir a sobrevivência dessas emissoras. Algumas começaram a aceitar publicidade, outras abriram subsidiárias, outras mudaram sua programação para formatos mais populares.

²⁷ Fundada em 1969, a PBS tem um sistema de financiamento misto: parte vem do governo e a maior parcela é de origem privada.

²⁸ Jacques Bensimon foi coordenador da mesa sobre televisão pública do 8º Fórum Brasil – Mercado Internacional de Televisão que ocorreu em São Paulo de 29 a 31 de maio de 2007. Atualmente é consultor internacional da ABPI-TV (Associação Brasileira de Produtores Independentes de TV) (jun 2007) Teve experiência como um dos fundadores da TV pública no Canadá, há 20 anos.

Na América Latina a TV Nacional do Chile e a TV Cultura, no Brasil são exemplos de emissoras públicas que trabalham com publicidade para o fortalecimento do orçamento.

No caso da TV Nacional do Chile (mencionada anteriormente), que é uma emissora pública, mas adota o sistema comercial, o que se vê é que os recursos vêm da verba conseguida com o modelo comercial, totalmente independente de financiamento estatal. A TV Nacional existe desde o início dos anos 90, quando surgiu uma ampla discussão acerca do projeto de comunicação que a população queria, e hoje se constitui como um canal público inserido no mercado competitivo, com a missão definida por lei, ou seja, transmitir programas de qualidade e mostrar a “pluralidade” do Chile. A emissora busca recursos sem ser “chapa-branca” e sem render-se totalmente aos interesses comerciais.

Já a TV Cultura, instituída pelo Governo do Estado de São Paulo em 1969 é mantida pela Fundação Padre Anchieta, uma entidade de direito privado que goza de autonomia intelectual, política e administrativa e recebe recursos por dotações orçamentárias do Estado, além de recursos próprios obtidos na iniciativa privada.

Além da TV Cultura, a Fundação Padre Anchieta também conta com duas emissoras de rádio que possuem como meta oferecer à sociedade informação de interesse público e promover o aprimoramento educativo e cultural de seus telespectadores e ouvintes.

Recentemente em 10 de maio de 2010 foi eleito um novo diretor-presidente da entidade, o ex-secretário da Cultura do Estado de SP, João Sayad, que atua na tarefa de manter as atividades da entidade por meio de repasses orçamentários governamentais, validados pelo Governador e Assembléia Legislativa; por recursos financeiros obtidos junto à iniciativa privada através de apoios culturais e veiculação de propagandas; por parcerias com outras rádios e televisões; e também pela vendas de fitas e vídeos dos programas exibidos pela TV Cultura aos telespectadores.

Gabriel Priolli (2007) esclarece para o Observatório do Direito à Comunicação²⁹, que os recursos de publicidade captados pela TV Cultura de São Paulo, a maior emissora pública do país, estavam em torno dos R\$ 30 milhões anuais, ou 120 vezes menos do que a TV Globo havia faturado em 2006 (R\$ 3,6 bilhões). Ainda segundo Priolli, o mercado

²⁹ Matéria intitulada “TV Brasil: os midiocratas contra a publicidade” 02/11/2007 de Gabriel Priolli. Disponível em: http://www.direitoacomunicacao.org.br/content.php?option=com_content&task=view&id=1838 Acesso em 02 de janeiro de 2009.

anunciante, as agências de publicidade e as emissoras comerciais sabem muito bem o que significam "publicidade institucional" e "apoio cultural".

Segundo Franklin Martins, atual Ministro de Estado-Chefe da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, que assume também a presidência do Conselho Administrativo da EBC e acumula o cargo de representante do Governo Federal no Conselho Curador da EBC, quando perguntado pelo comentarista de política da *TV Cultura*, Alexandre Machado no programa Roda Viva de abril de 2007 sobre a separação que se faz entre conteúdo e publicidade e como se dará a relação entre as duas coisas em sua gestão, citando como exemplo a baixa quantia de verba publicitária cedida pelo governo à *TV Cultura*, o entrevistado respondeu:

Eu acho que tem que ser separado isso. Como que garante que isso vai ocorrer? Eu acho 'que através do debate político, debate público (...) eu quero dizer o seguinte: essa história de que a publicidade e a relação com a imprensa não podem estar na mesma estrutura, eu acho que tem um pouco de hipocrisia. Primeiro, porque no país inteiro é assim, a começar aqui pelo estado de São Paulo, quem cuida das verbas de publicidade do governo do estado de São Paulo é também a estrutura que cuida da relação com a imprensa, não é uma coisa dividida, foi assim sempre no país (...) As grandes empresas de comunicação tem uma redação e tem o departamento comercial e os dois respondem ao mesmo dono. Se os dois conseguem manter separado, eu não entendo como é que o governo não vai conseguir manter. Agora, se errar que haja crítica, agora por antecipação eu acho um pouco demais.

Ainda segundo Franklin Martins, quando perguntado pelo presidente do conselho da Fundação Padre Anchieta, Jorge da Cunha Lima sobre a viabilidade e as condições para a criação de um fundo para a produção de programação de televisão pública no país, respondeu, "Essa é uma questão fundamental dentro da TV pública, ou seja, você ter um espaço para a produção independente, você ter um projeto que seja capaz de financiar, organizar, atrair a produção independente em todo o país. Um dos problemas que a televisão comercial no Brasil tem é que ela produz praticamente quase tudo aquilo que veicula, diferente de outros países do mundo, por exemplo, nos Estados Unidos. Lá elas são obrigadas, por lei, a veicularem um percentual elevado de produção independente, embora muitas vezes a produção independente não tenha nada de pequena, seja uma produção de grandes estúdios, etc".

E continuou: “Nos Estados Unidos se separa a figura de quem produz, de quem veicula, de quem dissemina. Eu acho que, no nosso caso, temos que procurar não só ter um fundo, mas ter uma programação para que você possa ter produção independente enquanto fornecedor regular de boa parte da grade da TV pública. Isso é fundamental porque você tem criatividade, inovação, você traz padrões novos, você arrisca mais, quer dizer, a televisão pública tem que ser um local de experimentação, onde a novidade encontra espaço e não só a repetição que é de certa forma um padrão da TV comercial”.

Capítulo III

História, Estrutura e Gestão da EBC e *TV Brasil*

*“A origem jurídica da EBC, no caso brasileiro,
remonta à constituinte, logo,
à refundação da democracia em nosso país [...]
a TV Brasil é hoje uma realidade,
é uma conquista da sociedade brasileira,
representa uma política de Estado e não de Governo.”*
(Tereza Cruvinel, 2010)

III. História, Estrutura e Gestão da EBC e *TV Brasil*

3.1. Radiobrás: mudanças no sistema público de informação

Criada em 1975 pela Lei 6.301, durante o governo do presidente Ernesto Geisel, a Radiobrás – Empresa Brasileira de Radiodifusão encontrava-se dentro da maior estrutura de transmissores e antenas de radiodifusão em ondas médias e curtas da América Latina. Sua finalidade era de operar as emissoras de rádio e televisão do Governo Federal e promover sua melhor utilização, a fim de facilitar a integração nacional. Nessa época o governo já operava 54 emissoras de rádio e quatro de televisão.

Durante o ano de 1977, denúncias da ABERT - Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão revelavam uma política expansionista das empresas de transmissão estatais, que se beneficiavam com os subsídios oficiais diretos, além de estarem criando uma "competição desleal" ao oferecer empregos e salários mais atrativos aos radialistas das empresas privadas.

A tendência por organizar uma estrutura própria centralizada assegurou ao Governo Federal condições para a expansão do projeto das empresas de transmissão estatais, porém, trouxe também como foco da irradiação, localidades consideradas de interesse estratégico para a integração nacional, como explica Valente (2009, p.64-65):

Nota-se aqui a manifestação histórica do *modus operandi* do Estado capitalista e da contradição estabelecida no caso específico brasileiro a partir da admissão da Rede Globo como o principal propagandista do regime militar. Tal opção política, se por um lado está nas bases da constituição da condição de complementariedade marginal da TV pública nacional, não responde aos interesses gerais sem problemas. Não interessava à Globo realizar em seus canais e afiliados preencher a grade com programação educativa, muito menos investir em áreas remotas, duas preocupações do regime. Para, além disso, a delegação pura e simples da propaganda a um capital específico, como já afirmamos, é arriscada, pois este assume caráter relativamente autônomo. Razão que suponho estar na origem do movimento de criação da Radiobrás e da TVE do Rio de Janeiro como alternativas, ainda que de baixa potência ideológica, próprias de um regime ditatorial já frente à reflexão sobre sua desconstituição. A Radiobrás foi subordinada, primeiro ao Ministério das

Comunicações, em seguida ao Ministério da Justiça e, finalmente, ao Gabinete do Presidente da República.

A Radiobrás sempre foi uma empresa de comunicação governamental, assim como as TVs educativas são emissoras controladas pelos governos estaduais. Entretanto, como já mencionado no capítulo anterior, a partir de 1985, com o início da refundação da democracia brasileira, os constituintes de 1988 tiveram a preocupação de estabelecer, no artigo 223 da Constituição Federal, que deveria existir complementaridade entre os sistemas estatal, privado e público. Contudo, este último, embora mencionado, nunca havia sido regulamentado.

A constituição jurídica da Radiobrás, que nasceu como instituição comercial pública, abriu a possibilidade de gerar uma estrutura capaz de reunir diferentes aparelhos do Estado, mas na opinião de Bucci (2008) a opção de manter o Executivo Federal como único e exclusivo acionista da Radiobrás transformou a estatal em uma estrutura “engessada”, resume:

“A Radiobrás tem como dono o governo federal, um dono que gosta de manter a barriga no balcão. De outro lado, a Radiobrás tem como cliente o mesmo governo federal, e esse cliente não deixa por menos.” Esse entendimento virou uma unanimidade. O governo era dono e o cliente de uma vez só. Logo, ele mandava. (BUCCI, 2008, p.83)

Depois da criação da Radiobrás, a idéia inicial de criar uma emissora internacional financiada pelo Estado brasileiro surgiu ainda em 2003, no senado federal, por meio do Projeto de Lei do Senado PLS nº198, de 21 de maio de 2003, de autoria do então Senador Hélio Costa, ex-ministro das Comunicações do Brasil do governo Lula. Desde então, várias propostas foram elaboradas para a constituição da televisão pública brasileira. De uma maneira geral, havia sempre a preocupação com a difusão da imagem do Brasil no exterior, a partir da divulgação mais ampla da realidade nacional, seja no campo cultural, turismo, esporte e economia. Seria, portanto, a oportunidade de o país contar com próprio canal de televisão para reduzir ou acabar de vez com a imagem estereotipada do Brasil, que se resumia a samba, carnaval e futebol.

O projeto de Lei do Senado PLS nº198, segundo Pereira (2006, p.51) autorizava a criação da *TV Brasil Internacional* (nome sugerido na época) e não objetivava a integração da América do Sul. De acordo com o projeto, a emissora seria criada “com a intenção de

difundir a língua portuguesa, a imagem do Brasil no exterior e a divulgação de informações relevantes nos campos da cultura, do turismo, do esporte e da economia.”

Outro documento oficial que trata do mesmo tema é o Projeto de Lei n.º 1.499-B, de 2003, com autoria do Deputado João Caldas, do PL (Partido Liberal) de Alagoas, rejeitado na época. O projeto acrescentava alínea ao inciso I do art. 23 da Lei nº 8.977, de 6 de janeiro de 1995, que dispõe sobre o Serviço de TV a Cabo, para incluir canal reservado à Presidência da República para difusão da língua portuguesa e divulgação da República Federativa do Brasil no exterior; tendo pareceres: da Comissão de Educação e Cultura, pela rejeição (relator: Deputado Gilmar Machado); e da Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática, também pela rejeição (relator: Deputado Gustavo Fruet).

De acordo com o texto³⁰ a justificativa para a criação da emissora seria:

O presente projeto tem como objetivo essencial criar um canal de TV internacional para a divulgação do Brasil no exterior, proporcionando a estrangeiros e a brasileiros radicados em outros países o aprendizado e aprimoramento da língua portuguesa, o conhecimento das instituições, o acompanhamento real de fatos relevantes nas áreas política, social, econômica e cultural da realidade brasileira, bem como a possibilidade de assistir a filmes nacionais, documentários e programas educativos que contemplem a riqueza geográfica e cultural do povo brasileiro.

Ao mesmo tempo em que visa eliminar estereótipos e preconceitos descabidos da realidade brasileira, mostrando a multiplicidade étnica e as potencialidades econômicas nacionais, o canal brasileiro de TV internacional pode contribuir diretamente para divulgar a beleza, diversidade e exuberância de nossas cidades e regiões, incrementando o turismo e a indústria brasileira, com reflexos positivos imediatos para o mercado interno.

Quanto à viabilidade técnica e operacional, a grade de programação do canal brasileiro de TV internacional pode contar inicialmente com os programas já veiculados em emissoras públicas como a TVE, do Governo Federal, a TV Cultura de São Paulo, a TV Câmara, a TV Senado e a TV Justiça, entre outras. No que concerne à infraestrutura necessária, podem ser utilizados os recursos da Radiobrás e, posteriormente, os de patrocinadores nacionais e estrangeiros que se interessarem a investir na promoção do Brasil no exterior. Ante todo o exposto, e considerando ainda a repercussão internacional do atual governo e a importância crescente do nosso País no contexto das nações, inclusive sendo forte candidato a ocupar uma vaga no Conselho de Segurança da ONU, a criação de um canal de TV internacional para a difusão da língua portuguesa e a divulgação de programas educacionais, culturais, filmes nacionais, noticiários, documentários e vídeos institucionais da República

³⁰ Disponível em <http://www.camara.gov.br/sileg/integras/225747.doc> Acesso em 20 de junho de 2007.

Federativa do Brasil no exterior responde aos anseios de um povo jovem e ambicioso, disposto a exercer um papel de liderança no mundo.
Sala das Sessões, 16 de julho de 2003.
Deputado JOÃO CALDAS (PL-AL)

Um destaque relevante no parecer do Deputado Gilmar Machado (PT/MG) foi ter citado o Projeto de Lei do Senador Hélio Costa (PLS nº198):

(...) O Serviço de TV a Cabo, instituído pela Lei nº 8.977, de 6 de janeiro de 1995, que consiste na distribuição de sinais de áudio e vídeo por meio de redes físicas de cabos coaxiais e de fibra ótica, é concedido pela União para sua exploração dentro das fronteiras de um único município. (...) A única possibilidade de se atingir a consecução do objetivo pretendido no projeto seria a distribuição destes sinais através de satélites internacionais, como fazem outros países, tais como Portugal (RTPI), França (TV5), Inglaterra (BBC) e outros, e, como já fazem, alguns radiodifusores nacionais, como a TV Globo e a TV Record. (...) Nesta direção é o recente PLS nº 198, de 21 de maio de 2003, do Senador Hélio Costa, que autoriza a criação da *TV Brasil* Internacional, com a intenção de difundir a língua portuguesa, a imagem do Brasil no exterior e a divulgação de informações relevantes nos campos da cultura, do turismo, do esporte e da economia pela disponibilização do seu sinal, via satélite, para retransmissão por empresas de comunicação devidamente credenciadas em qualquer país, mediante autorização. (2003)

Já no relatório da Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática, presidida pelo então Deputado Gilberto Kassab (PFL - SP), e redação do Deputado Gustavo Fruet (PMDB- PR), a ênfase no texto é relacionada ao papel da Radiobrás:

(...) À primeira vista parece justa a pretensão do autor do projeto de lei (...) Contudo, a mera extensão dessa obrigação não se coaduna com o objetivo primordial da proposta (...) A divulgação no exterior de programação televisiva com o intuito de difundir nossa língua pátria e divulgar o Brasil é, com certeza, iniciativa da maior relevância. (...) Cabe, portanto, à Radiobrás, empresa pública vinculada à Secretaria de Comunicação da Presidência da República, a adoção de providências no sentido de produzir programas a serem veiculados por um canal estatal internacional e estabelecer os contratos com empresas que atuam no mercado de comunicação televisiva nos países onde haja interesse na divulgação dessa programação. (2003)

O parecer recomendava que a Radiobrás, como empresa pública vinculada à Secretaria de Comunicação da Presidência da República, teria responsabilidade pela

produção dos conteúdos, que seriam transmitidos por um canal estatal internacional, e ainda estabeleceria contratos e parcerias com outros países do continente.

Em 2005, a Comissão de Educação elaborou o parecer nº 798 (ver Volume 2 Anexo III – Documentos Oficiais), sobre o Projeto de Lei nº 198 (que autorizava a criação da *TV Brasil Internacional*) do Senador Hélio Costa. Nele ficava estabelecido o Termo de Compromisso entre a Presidência da República, o Senado Federal, a Câmara dos Deputados e o Supremo Tribunal Federal (STF), que se comprometiam a desenvolver esforços no sentido de tornar viável a operação da mencionada emissora.

O mesmo parecer também permitia o aporte dos recursos necessários para o financiamento das operações. Estabelecia que 50% dos recursos seriam oriundos do orçamento da Radiobrás, 20% do Senado Federal, 20% da Câmara dos Deputados e 10% do STF.

A emissora, ainda segundo o parecer nº798, de 2005, seria administrada por um Comitê Gestor que teria o dever de assegurar a participação de representantes dos três poderes: Poderes Executivo, Legislativo e Judiciário.

Importante ressaltar que o decreto que autoriza a instalação do Comitê Gestor para a criação de projetos de prestação de serviços televisivos para o exterior foi assinado pelo presidente Luiz Inácio Lula da Silva em 27 de setembro de 2004, ou seja, antes do resultado do parecer nº 798 da Comissão de Educação em 2005.

Embora o Comitê Gestor já tivesse sido instituído em 2004, ele constava do parecer que definia como representantes, a Secretaria de Comunicação e gestão Estratégica da Presidência da República, do Ministério das Relações Exteriores, da Radiobrás, das Secretarias de Comunicação Social da Câmara dos Deputados e do Senado Federal e do STF, que já havia feito sua primeira reunião em dezembro de 2004 e nomeados seis integrantes e seus respectivos suplentes.

O parecer ressaltava ainda, que a emissora internacional já havia realizado transmissões experimentais, por meio do satélite NSS-806, cedido gratuitamente pela empresa Newsbies, ao exibir cobertura completa do 5º Fórum Social Mundial, evento transcorrido no mês de janeiro de 2005 na cidade de Porto Alegre – RS. Naquela ocasião a emissora piloto havia produzido 90 horas de programação em língua espanhola.

Na presidência da Radiobrás entre 2003 e 2007, e membro do Comitê Gestor da *TV Brasil* em 2005, Eugênio Bucci (2008) explica que a Radiobrás, durante sua gestão, “serviria não mais à finalidade de construir uma imagem favorável de governantes, mas à missão de dar ao público a informação que ele tem direito de ter”.

Bucci, ex-presidente da Radiobrás e responsável pelo projeto inicial da *TV Brasil*, explica em entrevista³¹ concedida à autora em 2010, que o objetivo principal da emissora era a constituição de uma programação plural, entre vários países para a promoção da integração. Destacou, ainda, que não se pretendia a promoção governamental, mas fundamentalmente a difusão cultural de troca de informações de interesse comum, como observa:

Pois bem, a *TV Brasil* nasceu como uma televisão estatal, essa *TV Brasil, Canal Integración* a que você se refere. Ela nasce como uma televisão estatal, cuja gestão é compartilhada pelos três Poderes da República. Ela nasce como TV estatal abrigada dentro da Radiobrás, que existia na época. Essa definição permitiu que essa iniciativa, esse canal, saísse pelo continente sul americano propondo convênios, parcerias, alianças com outras emissoras do continente, que sediam programação. Então a programação era plural, tinha programas de vários países diferentes. A idéia era exatamente promover integração, (...) mas não para fazer propaganda de ideologia, ou de programa de um governo, ou de uma corrente de governo, ou de um governo de ocasião, não era nada disso. (...) Queria promover a integração do continente por meio da exposição, da apresentação de programas diversos, que pudessem trocar coisas entre si, dialogar entre si, e até criar programas comuns (BUCCI, 2010).

Radiobrás e EBC

Uma Medida Provisória 398 publicada pelo presidente Luiz Inácio Lula da Silva, em outubro de 2007 cria a Empresa Brasil de Comunicação (EBC), gestora da *TV Brasil* e espinha dorsal do sistema público de comunicação. A EBC é bem mais que a *TV Brasil*: incorpora o *Canal Integración*, *NBR*, *Agência Brasil*, *Rádio Nacional Rio*, *Rádio Nacional Brasília*, *Rádio Nacional da Amazônia*, *Rádio MEC AM*, *Rádio MEC FM*, entre outras.

A EBC nasce, portanto, da fusão dos patrimônios da Radiobrás (*TV Nacional* de Brasília) e da ACERP - Associação de Comunicação Educativa Roquette Pinto, que

³¹ Depoimento de Eugênio Bucci em entrevista concedida à autora em 19 de julho de 2010 (ver Volume 2 Anexo I – Entrevistas)

coordenava a *TVE* do Rio de Janeiro e a *TVE* do Maranhão, e autorizada por meio do Decreto nº 6.689, publicado no dia 11 de dezembro de 2008, no Diário Oficial da União.

Segundo Jonas Valente³², integrante do Intervezes – Coletivo Brasil de Comunicação Social, em entrevista concedida à autora em 2010, o que supostamente diferencia a EBC da antiga Radiobrás é a gestão, “ao menos nos discursos dos dirigentes”, destacou. Para ele, a EBC é uma amostra da concepção de participação do governo Lula, restrita, sem riscos e sem autonomia. Outro exemplo é a escolha feita pelos conselheiros do modelo de consulta pública, além da empresa ter uma carência de outros mecanismos de participação.

Nesse sentido, ao referir-se à gestão e controle das emissoras educativas estaduais, Mota (2005, p.66) explica que:

A dependência em relação ao Estado também ocorre na administração das emissoras. O que interfere diretamente na gestão das emissoras, sendo o Estado o maior nomeador dos gestores das instituições, 40% dos presidentes/diretores são nomeados pelo governador. A interferência do Estado ocorre também quando na nomeação dos representantes do Conselho Curador das emissoras que o possuem, 50% são nomeados pelo governador, o que poder comprometer a função deste espaço dentro das emissoras, como local para apresentação de contrapontos, avaliação de processo da emissora.

Para Tereza Cruvinel (2010) “a criação da EBC buscou apenas cumprir o que prevê o artigo 223 da nossa Constituição de 1988: a complementaridade entre sistemas de radiodifusão público, estatal e privado”. Segundo Cruvinel, a EBC é essencialmente diferente de outras estruturas de comunicação (desnecessário dizer, de natureza estatal) que existiram no passado, no plano federal, como a Radiobrás, ou ainda existem no plano estadual. A EBC, assim como a *TV Brasil*, foi criada por lei aprovada por um congresso democraticamente eleito, declara. E esta diferença essencial está no fato de não ser uma estrutura atrelada aos interesses do Estado, mas uma instituição crescentemente controlada pela sociedade.

Segundo o Diretor de Serviços da EBC, José Roberto Garcez, em entrevista concedida à autora em 2010, a nomeação dos dirigentes da EBC pelo Presidente da

³² Depoimento de Jonas Valente em entrevista concedida à autora em 12 de julho de 2010 (Ver Volume 2 Anexo I – Entrevistas).

República não fragiliza a gestão da emissora e não a torna submissa aos interesses políticos. Garcez, não vê problema no fato do Presidente da República nomear os integrantes dos órgãos de gestão de uma empresa pública de comunicação, para ele, a questão relevante é saber como foi procedida a escolha destes dirigentes e que garantias eles terão para exercer suas funções com autonomia, e explica:

O Estado, por natureza, é público, presta serviços públicos e, portanto, está subordinado aos interesses da sociedade e não aos interesses dos partidos políticos que disputam o poder – que é da população – para aplicar determinadas políticas públicas. Além disso, não é a nomeação em si que determina a fragilidade de uma direção de órgão público. Nas emissoras públicas das democracias mais avançadas é o chefe de Estado ou de governo que nomeia os seus dirigentes. Este é, no fundo, um ato burocrático. O importante é a forma e os critérios de escolha e a existência institucional de mecanismos de proteção à gestão. (...) No caso da EBC, por exemplo, há inovações importantes – e algumas inéditas - na estrutura jurídica estatal: o diretor presidente da empresa tem mandato fixo de quatro anos e só pode ser destituído pelo Conselho Curador. A EBC é a única estatal que possui a prerrogativa de fixar seu estatuto, o que significa uma grande autonomia para definir a organização e os procedimentos internos. (GARCEZ, 2010, s/p)

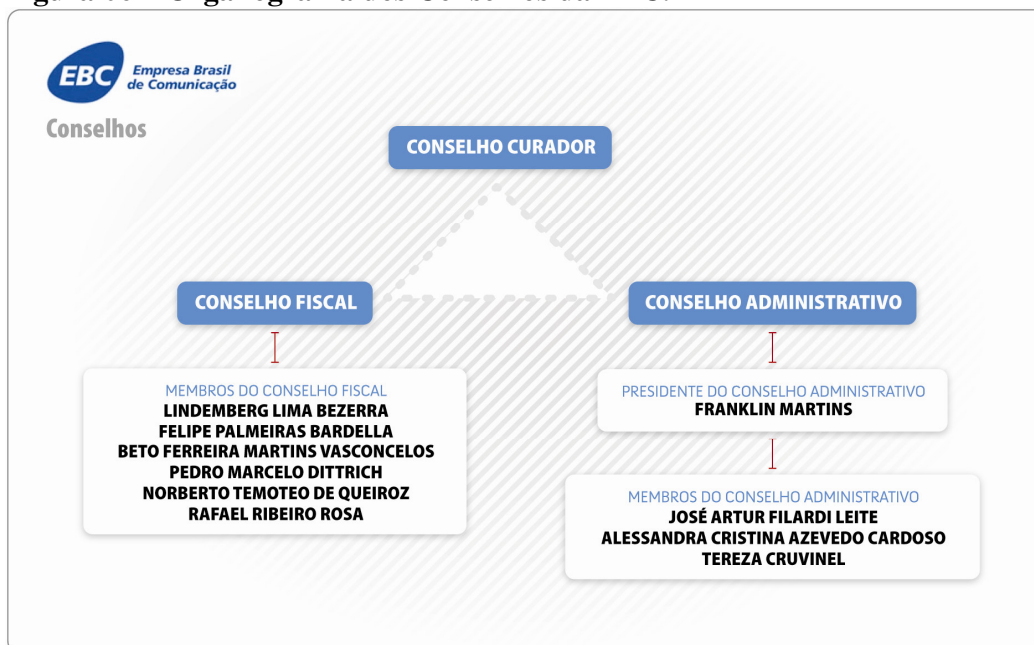
Na estrutura democrática de gestão da EBC, Tereza Cruvinel (2010) explica como estão constituídas e delimitadas suas instituições internas e de que forma são nomeados seus membros:

- a) **Diretoria Executiva:** o diretor-presidente é nomeado pelo Presidente da República, mas tem mandato de quatro anos, o que lhe garante autonomia administrativa e independência diante de eventuais pressões governamentais. O diretor-presidente propõe o nome dos demais diretores ao Conselho de Administração, cabendo-lhe também a iniciativa de demitir ou substituir;
- b) **Conselho de Administração:** seus membros natos estão fixados em lei. O presidente será sempre o ministro-chefe da Secom, mas as competências do Conselho são exclusivamente administrativas, não editoriais;

c) **Conselho Fiscal:** também tem membros natos definidos em lei, mas suas funções são de supervisão da gestão e do uso dos recursos públicos.

A estrutura de gestão e hierarquia da Empresa Brasil de Comunicação (EBC) pode ser melhor compreendida com base no organograma (Fig. 06). Além da Diretoria Executiva, do Conselho de Administração e do Conselho Fiscal, outro órgão interno importante, e que ainda precisa avançar no sentido de sua constituição é o Conselho Curador, órgão de natureza consultiva e deliberativa integrado por vinte membros que colaboram no processo de gestão. Adiante falaremos com maior detalhamento sobre seu funcionamento e escolha dos membros.

Figura 06 – Organograma dos Conselhos da EBC.



BURINI, 2010, Organograma dos Conselhos da EBC elaborado a partir de dados oficiais disponíveis no site da *TV Brasil* no dia 26 de outubro de 2009.

Como recorda Garcez (2010), em entrevista à autora deste trabalho, é importante lembrar que a EBC nasce de uma mobilização conjunta de todas as emissoras do campo público no Fórum de TV Pública. A criação da EBC representaria, portanto, o resultado de toda uma mobilização presente na sociedade civil, que vinha discutindo há anos a

necessidade do país ter uma emissora de caráter público, não estatal, para atender à demanda pública.

Ocorre, porém, que muitos dos atores que vinham debatendo o tema e participando ativamente do processo como, por exemplo, Beth Carmona, com larga experiência no setor, foram excluídos do projeto final da *TV Brasil*.

Assim, a criação da EBC e da *TV Brasil* representam um modelo de televisão pública que não, necessariamente, contempla todos os setores envolvidos no processo. É fato, porém, que muitos dos organismos anteriormente excluídos do processo de criação de um sistema público de comunicação passam agora a representar a sociedade e serão encarregados de exercer a fiscalização, e assegurar o cumprimento dos objetivos do canal público, através do Conselho Curador.

O que não se sabe, ainda, com clareza, é se o grupo escolhido para gerenciar o processo de implantação e consolidação da EBC e *TV Brasil* está em consonância com a demanda social. Por enquanto, apesar de múltiplos e naturais conflitos existentes, entre os diferentes setores da sociedade civil, ainda é cedo para uma avaliação rigorosa sobre o novo sistema público de televisão brasileiro.

A conquista desse espaço de troca horizontal³³ de informação entre as empresas de comunicação que realizam atividades concorrentes, para os mesmos consumidores, no mesmo mercado promete trazer ainda muita discussão entre o Executivo, o Legislativo e o Judiciário. Assim será possível a colaboração e a participação de todos os segmentos – sociedade civil organizada, sociedade empresarial, governo federal, outras entidades relevantes de relação direta com a área – gerando um fortalecimento do processo de criação da *TV Brasil*.

3.2 Processo de implantação da emissora *TV Brasil*

³³A troca horizontal de informações ocorre entre as empresas que realizam atividades concorrentes, para os mesmos consumidores, no mesmo Mercado. MIRANDA, Luiz Carlos. *The Role of Interfirm Information Exchange and Choice of Coordination Mechanism on Performance in the U.S. Pork Supply Chain*. Unpublished Ph.D. Dissertation. University of Illinois (Urbana-Champaign). 1997, p. 33 e 34.

O *Canal Integración*³⁴, emissora-piloto da atual *TV Brasil*, objeto desta pesquisa, é uma rede de televisão pública, uma sociedade de economia mista criada pelo governo federal brasileiro, que surgiu em meio ao mais novo território de disputa e luta na sociedade: as redes de comunicação.

Segundo Franklin Martins, em entrevista no programa Roda Viva de abril de 2007, explicou que os objetivos da nova emissora previam a utilização dos canais comprimidos possibilitados pelo sistema digital de televisão para diversificar sua oferta, mas que antes era necessário consolidar a emissora. O decreto que definiu a criação da TV digital previu a possibilidade de quatro canais de TV pública: de governo, de cidadania, outro de cultura, e um último de educação. E explica:

Evidentemente nós não vamos começar com quatro canais, nós não temos bala na agulha, condições pra fazer isso, mas vamos começar com uma TV que vai ter um pouco disso tudo. Ela vai ser basicamente uma TV que vai ter jornalismo, vai ter debate, aprofundamento de questões, vai ter cultura dentro dela, vai ter abertura pra produção independente que é fundamental, ou seja, não é apenas uma estrutura central ou mesmo televisões regionais que produzem conteúdo, tem que ter uma abertura pra essa renovação que a produção independente traz. Vai ter que estar aberta para as produções das diferentes regiões, dos diferentes estados, ou seja, em primeiro momento, ela é uma TV de certa forma generalista, é uma TV pública, mas generalista, aos poucos pode ser que a gente possa ir dividindo. Evidentemente ela vai ter algo também de TV educativa no primeiro momento. E talvez, a primeira TV que possa se desmembrar dessa TV mãe seja a TV educativa.

No portal da *TV Brasil* na *internet*³⁵, o conceito de canal público definido para a emissora pelo Conselho Curador da EBC, é o seguinte:

Um canal público é aquele que conta com a participação da sociedade em sua gestão, expressando as demandas coletivas por uma programação qualificada, atendendo às expectativas de um telespectador que não tem possibilidade de influir na programação da televisão privada. Todas as emissoras públicas bem sucedidas do mundo contam com um organismo de representação da sociedade encarregado de exercer a fiscalização e assegurar o cumprimento dos objetivos do canal público. (Conselho Curador da *TV Brasil*)

³⁴ Por meio de um decreto presidencial em 2004, foi criado um Comitê Gestor responsável por operar o funcionamento editorial e administrativo da TV, que resultou na criação de uma emissora-piloto em janeiro de 2005, montada no 5º Fórum Social Mundial na cidade de Porto Alegre, no Rio Grande do Sul.

³⁵ Disponível em: <http://www.tvbrasil.org.br/saladeimprensa/conselho.asp> Acesso em 2 de fevereiro de 2009.

O conceito de televisão pública pelo governo foi explicado pelo jornalista e ministro-chefe da Secretaria de Comunicação Social, Franklin Martins também no programa Roda Viva de abril de 2007. À questão colocada por Fernando Mauro Treza, presidente da ABCCOM - Associação Brasileira dos Canais Comunitários, sobre qual tipo de televisão pública os brasileiros deveriam esperar do governo federal, se uma TV independente do Estado, econômica e editorialmente, ou uma TV estatal, o entrevistado respondeu:

Certamente não é uma TV estatal, não é uma TV que vai ficar fazendo comunicação do governo, chapa branca, nem procurando passar os pontos de vista do governo pra sociedade. É uma TV pública no sentido de que ela não vai se guiar pela lógica comercial. Isso significa que ela não precisa estar reunindo, perseguindo e mantendo altíssimos níveis de audiência e, portanto acabando repetindo a mesma programação, sempre. A TV comercial, ela fica condenada a estar se repetindo. A TV pública pode experimentar, pode ter os vários brasis dentro do Brasil que é a televisão, e pode fazer o que se faz no mundo todo, ou seja, é uma TV que tem cultura, tem jornalismo isento, tem debates de assuntos de maneira aprofundada, é aberta pra produção independente, é aberta pra produção regional e pra garantir que não seja o governo controlando tudo isso, ela tem uma forma de gestão pública.

Já Eugênio Bucci, em entrevista concedida à autora (2010), lembra que o governo é da atribuição do Poder Executivo. Explica que no Brasil, esse poder é desempenhado por mandatários eleitos diretamente para esta função. Como é o presidente que, por sua vez, escolhe os ministros, ou o governador que escolhe os secretários, o prefeito, “a TV Câmara e a TV Senado são exemplos bem explícitos de televisão estatal. Assim como a TV Justiça”. Isto ocorre, segundo Bucci, porque são televisões do Estado, emissoras do Estado, mas vinculadas cada uma a um poder diferente. “A TV Câmara e TV Senado são vinculadas ao Poder Legislativo, são tevês estatais do Poder Legislativo, assim como a TV Justiça é uma TV estatal do Poder Judiciário”. E continua, explicando as diferenças que entende entre emissoras governamentais, estatais e emissoras públicas, de interesse público:

Nós poderíamos ter e temos uma TV estatal vinculada ao Poder Executivo que é a NBR, criada há poucos anos. A NBR veicula atos de governo,

solenidades, reportagens sobre ações do governo, entrevistas com secretários, com ministros, com autoridades. Essa NBR é uma TV estatal do Poder Executivo, portanto uma TV voltada a veicular, a difundir atos do Poder Executivo, do governo. A TV Câmara fala dos deputados, a TV Senado fala dos senadores, mas não fala nada do governo, ela não é uma TV de governo. Ela é uma TV do Estado, é uma TV do Poder Legislativo, mas não de governo. Mas todas essas se encaixam perfeitamente nos moldes de uma televisão estatal. Assim como a TV escola, que é uma TV voltada para as escolas. Então, a TV Câmara de São Paulo, a TV Assembléia, da Assembléia Legislativa, são todas estatais. A questão aí é ver dentro dessa grade de diferenciação qual é a filosofia, quais seriam os princípios a orientar cada uma dessas emissoras.

3.2.1. Canal *Integración*: o início do projeto

No caso do *Canal Integración*, emissora especializada na América do Sul, que é mantida por uma gestão conjunta dos três Poderes da República (o Executivo, o Legislativo e o Judiciário), a distância entre TV pública e estatal é menor. A emissora é parte da EBC - Empresa Brasil de Comunicação, criada em 2007 para gerir as emissoras de rádio e televisão públicas federais. A origem jurídica da EBC, segundo Tereza Cruvinel (2010), remonta à Assembléia Nacional Constituinte de 1988, logo, à refundação da democracia em nosso país.

A TV Brasil – Canal Integración é uma emissora especializada em América do Sul. Um canal para os que querem conhecer esta imensa região. Viabilizada por uma parceria inédita entre os três poderes da República, busca contribuir no processo de integração regional (ver anexo III - Encarte Canal Integración, 2007)

Após a assinatura do Termo de Compromisso, em fevereiro de 2005, pelo presidente Luis Inácio Lula da Silva, dos ex-presidentes do senado, José Sarney e da Câmara dos Deputados, João Paulo Cunha, além do presidente em exercício do Supremo Tribunal Federal, na época, ministro Carlos Velloso, foi realizada a segunda transmissão experimental em maio do mesmo ano.

Foram produzidas 14 horas diárias de programação e mais de 20 emissoras sul-americanas reutilizaram o conteúdo.

Esse momento histórico merece aqui, um destaque especial para o dia 30 de setembro de 2005 a estréia oficial da programação experimental da *TV Brasil – Canal Integración*, com 4 horas diárias de programação, reprisadas cinco vezes seguidas, completando assim, 24 horas diárias.

No início do ano de 2006, a *TV Brasil – Canal Integración* realizou a cobertura do 6º Fórum Social Mundial (FSM) realizado em Caracas – Venezuela, com mais de 52 horas de programação entre telejornais, flashes do evento, entrevistas e debates ao vivo, bem como produções próprias e de co-parcerias com emissoras latino-americanas.

De acordo com os materiais impressos, da época, para divulgação da emissora junto aos clientes e fornecedores (ver anexo III), a *TV Brasil – Canal Integración*, se autodenominava uma televisão especializada em América do Sul, que visava estimular com sua programação o intercâmbio cultural e informativo entre seus pares. A emissora contava com mais de 200 operadores de televisão a cabo ou via antena parabólica, autorizados a redistribuir seu sinal em 17 países das Américas.

A pluralidade de conteúdos estava organizada em sete faixas de programação: 1- Arte Plural, 2- Caminos a Descubrir, 3- Cuentos y Fotogramas, 4- Ritmos, 5- Ciudadania em Foco, 6- Diálogos de La Actualidad e 7- Imágenes em Movimiento.

3.3 Empresa Brasileira de Comunicação (EBC)

Em 25 de outubro de 2007 foi publicado no Diário Oficial da União, decreto Nº 6.246/2007 que criou, efetivamente, a Empresa Brasil de Comunicação (EBC) e seu Estatuto Social. O documento (Quadro 07) foi assinado pelo Presidente Luis Inácio Lula da Silva, o Ministro da Fazenda, Guido Mantega, do Planejamento, Paulo Bernardo Silva e da Comunicação Social, Franklin Martins. O novo decreto transferia à nova estatal verbas orçamentárias na ordem de 20 milhões de reais para a constituição do capital inicial.

QUADRO 07 – Decreto N° 6.246 – 24/10/2007

DECRETO N° 6.246, DE 24 DE OUTUBRO DE 2007,
DOU 25.10.2007

Cria a Empresa Brasil de Comunicação - EBC aprova seu Estatuto, e dá outras providências

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA, no uso da atribuição que lhe confere o art. 84, inciso IV, da Constituição, e tendo em vista o disposto na Medida Provisória n° 398, de 10 de outubro de 2007, DECRETA:

Art. 1° Fica criada a Empresa Brasil de Comunicação - EBC, empresa pública federal, vinculada à Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República.

Art. 2° A constituição inicial do capital social da EBC darse-á nos termos da autorização constante do art. 5°, combinado com o § 1° do art. 9° da Medida Provisória n° 398, de 10 de outubro de 2007, com a transferência, pela União, de R\$ 20.000.000,00 (vinte milhões de reais) das dotações orçamentárias destinadas ao suporte de operação dos serviços de radiodifusão pública.

Art. 3° A função do representante da União de que trata o art. 10 da Medida Provisória n° 398, de 2007, será considerada de relevante interesse público, não remunerada.

Art. 4° Fica aprovado o Estatuto Social da EBC, nos termos do Anexo deste Decreto.

Art. 5° Este Decreto entra em vigor na data de sua publicação.
Brasília, 24 de outubro de 2007; 186° da Independência e 119° da República.

LUIZ INÁCIO LULA DA SILVA
Guido Mantega
Paulo Bernardo Silva
Franklin Martins

Ao analisarmos através do fluxograma na página seguinte (ver Fig.08), a estrutura de funcionamento do Conselho Curador da EBC, fica claro que, em última instância, a figura do presidente da República detém o poder central de sua composição.

Ao ter a prerrogativa de indicação dos nomes que comporão os conselheiros da sociedade civil, que por sua vez compõem o Conselho Curador, que elege seu presidente, aprova o regulamento e, finalmente, controla a linha editorial e a qualidade dos conteúdos veiculados pela emissora, observa-se uma relação verticalizada de poder, que merece ser discutida. Este formato pode garantir uma gestão democrática no processo de funcionamento e produção da emissora?

Segundo Cruvinel (2010), o Conselho é pluralista e representativo, mas não está escrito na lei que deve representar a sociedade civil organizada. No entanto, Jonas Valente

explica, que “as possibilidades de participação da sociedade civil, espaço mor de presença e luta das classes dominantes, é bastante diminuta”. (VALENTE, 2009, p.148). Para ele, o desenho institucional da empresa remete a presença apenas ao Conselho Curador, e esclarece que:

Tal arquitetura constrói barreiras concretas à incidência dos grupos dominados uma vez que remete a um outro espaço (o governo federal), de acesso ainda mais limitado, a prerrogativa da escolha dos membros. Se, como vimos, a presença das forças populares se dá apenas como foco de resistência, é factível prever que serão minoritários os momentos em que o governo federal seja comandado por uma força organicamente vinculada ou simpatizante dos grupos subalternos. (Ibidem)

FIGURA 08 – Estrutura de funcionamento do Conselho Curador da EBC



Fonte: BURINI, 2010. Esquema elaborado a partir de informações do Conselho Curador – EBC, Resolução nº 01/2008.

Na opinião de Laurindo Leal Filho (2010) a indicação do presidente da República é feita a partir das indicações da sociedade o que garante um bom nível de autonomia. Mas para Eugênio Bucci (2010) a *TV Brasil* não teria a sua melhor forma sendo uma Estatal, ele entende que a emissora deveria ser uma Fundação. Bucci acredita que é possível avançar, ainda dentro de uma forma de empresa estatal, mas não é o ideal.

Ainda de acordo com Eugênio Bucci:

[...] É muito negativo, que a *TV Brasil* seja vinculada ao Palácio do Planalto como ela é, ela deveria estar vinculada, em primeiro lugar ao Ministério da Cultura, e em segundo lugar [...] ao Ministério da Educação, mas não deveria estar vinculada a Secretaria de Comunicação do Presidente da República. (BUCCI, 2010, s/p)

Mas, o Diretor de Serviços da EBC, José Roberto Garcez (2010) discorda da afirmação de que, conceitualmente, a nomeação dos dirigentes da EBC pelo Presidente da República fragiliza a gestão e a torna submissa aos interesses políticos. Para ele, essa pode ser uma prática política arraigada no Estado brasileiro, mas não é obrigatória em tese. O Estado, por natureza, é público, presta serviços públicos e, portanto, está subordinado aos interesses da sociedade e não aos interesses dos partidos políticos que disputam o poder – que é da população. Garcez ainda explica que não vê problema no fato do Presidente da República nomear os integrantes dos órgãos de gestão de uma empresa pública de comunicação. Segundo ele, a questão relevante é saber como foi procedida a escolha destes dirigentes, e que garantias eles terão para exercer suas funções com autonomia. No caso da EBC, por exemplo, há inovações importantes, conclui.

Para Jonas Valente (2010) integrante do Intervezes - Coletivo Brasil de Comunicação Social a estrutura é falha por uma série de motivos, dentre os quais ele destaca a gestão da EBC, que é supostamente diferente da antiga Radiobrás, mas que ainda, segundo ele, é uma amostra da concepção de participação do governo Lula, restrita, sem riscos e sem autonomia. A indicação dos conselheiros pelo Presidente da República também é outro fator que considera falha, além do fato da empresa carecer de outros mecanismos de participação da sociedade civil organizada.

Bucci (2010) afirma que o vínculo com a Secretaria de Comunicação do Presidente da República acarreta constrangimentos e às vezes conflito de interesse, E explica que, a função da Secretaria é de fazer: 1) propaganda de governo, 2) publicidade governamental, 3) relações públicas da Presidência da República, 4) assessoria de imprensa da Presidência da República, e 5) função de porta voz da Presidência da República. Essas cinco atribuições, de acordo com Bucci é que permitem dar um mote e uma meta muito clara para esse organismo, qual seja a de zelar pela imagem da Presidência da República.

No entanto, e diante da sua constituição baseada em seu Estatuto, (ver anexo VI) a emissora pública passa então a ser supervisionada por um Conselho Curador, composto por 20 membros, sendo 15 representantes da sociedade civil, quatro do Governo, por meio dos Ministérios da Educação, Cultura, Ciência e Tecnologia e Comunicação Social, e por um representante de seus funcionários, além dos representantes do Senado Federal e da Câmara dos Deputados. Com exceção do representante dos funcionários, todos os demais conselheiros foram, na primeira gestão, indicados pelo presidente da República em exercício. Atualmente os membros e representantes do Conselho, quando finalizado o mandato, são escolhidos pela sociedade civil através de Edital Público. A partir de critérios definidos pelos conselheiros, as entidades da sociedade civil organizada indicam seus representantes, os conselheiros apresentam uma lista tríplice, e depois ocorre a escolha pelo presidente da República.

Ainda segundo o Estatuto da *TV Brasil*³⁶, os 15 integrantes do Conselho que representam a sociedade civil, escolhidos pelo presidente, são personalidades que, em seu conjunto, expressam o pluralismo, e as diferentes formas do pensar das regiões que integram o país. Cabe, então, ao próprio Conselho eleger seu presidente e aprovar o regimento.

Na primeira fase de funcionamento da *TV Brasil*, metade dos conselheiros teria dois anos de mandato, e a outra metade, quatro anos. Após essa primeira fase todos os conselheiros terão mandatos de quatro anos. A norma estabelecida sugere rodízio na renovação dos integrantes do Conselho.

Recentemente, com o encerramento de alguns mandatos, foram realizadas as primeiras indicações pela sociedade, que resultaram na nomeação de quatro novos conselheiros a partir da lista múltipla originária das consultas. O Conselho, na opinião de Cruvinel, “é uma instituição importante para a afirmação da natureza pública dos canais da EBC e está funcionando com muita eficiência”. (Tereza Cruvinel 2010).

Na percepção do Diretor de Serviços da Empresa Brasil de Comunicação (EBC), José Roberto Garcez, atualmente, a composição do Conselho Curador da EBC é bastante diversificada e compõe um retrato muito aproximado da diversidade brasileira.

³⁶Disponível em: <http://www.tvbrasil.org.br/saladeimprensa/conselho.asp> Acesso em 02 de julho de 2009.

É claro que ainda há imperfeições, porém o recente processo de escolha de três novos conselheiros começa a acumular uma experiência que certamente irá modificar as próximas seleções. Mais importante: as discussões levantadas pelo Conselho indicam uma real preocupação de que ele não se torne uma peça decorativa e homologadora de decisões da direção executiva. Ali é um terreno natural de conflitos e essas diferenças estão sendo exercitadas. (GARCEZ, 2010)

A EBC, empresa gestora da *TV Brasil* e também dos serviços de rádio e *Internet*, tem uma Diretoria Executiva profissional, encarregada de suas operações e supervisionada pelo Conselho Curador. Cabe ao Presidente da República o direito de escolha e nomeação do diretor-presidente e do diretor-geral.

Subordinados aos diretores estão o Superintendente de Programação, o Diretor de Jornalismo, o Diretor de Relacionamento, o Diretor Jurídico, o Diretor de Produção, e o Diretor de Suporte.

3.3.1 Estrutura Organizacional e Funcional

Uma das formas de entendimento do *modus operandi* de uma instituição é verificando a estrutura hierárquica presente em seu organograma e os nomes que ocupam as diferentes posições nas relações de poder horizontais e verticais. Descrever, portanto, a composição da Diretoria Executiva da EBC – Empresa Brasil de Comunicação é essencial para entender seu funcionamento e forma de nomeação de seus conselheiros. Afinal são essas pessoas que irão cumprir as finalidades, os princípios, os objetivos e as competências previstas no Estatuto da EBC.

A estrutura da diretoria, atualmente, está constituída pelos nomes e funções do organograma (Fig. 09) na página seguinte, onde se pode destacar a verticalização do poder encabeçado por sua diretora-presidente, Tereza Cruvinel³⁷, seguida pelo secretário

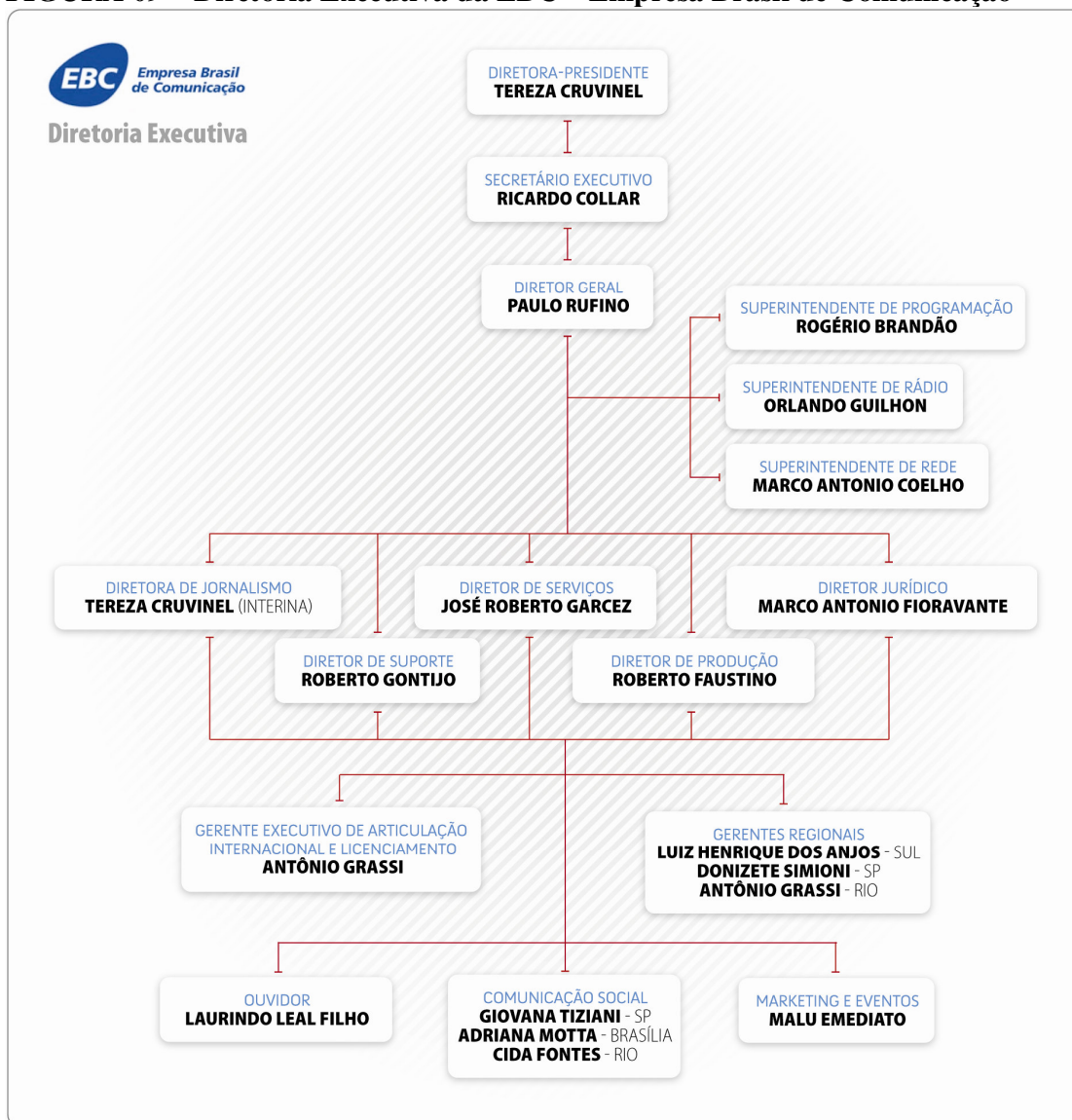
³⁷ **Tereza Cruvinel** é graduada em jornalismo em 1981, mestre em Comunicação Social, com especialização em Mídia e Política. Já trabalhou em veículos como TV Brasília, *Jornal de Brasília*, *Correio Braziliense*, *Jornal do Brasil* e atuou como jornalista durante 20 anos na redação do *Jornal O Globo*, onde desde 1986, escreveu a coluna "Panorama Político". Recebeu o Prêmio Unisys de Jornalismo por seu trabalho em favor da inclusão digital.

executivo, Ricardo Collar e do Diretor Geral, Paulo Rufino, que respondem, em última instância, por todos os passos da EBC. Representam o primeiro escalão no organograma da EBC. Como pode ser observado, Teresa Cruvinel também exerce, interinamente, a função de diretora de Jornalismo.

Subordinados aos diretores estão todos os demais cargos, incluindo os de produção: o da Superintendência de Programação, exercida por Rogério Brandão, o Diretor de Jornalismo, o Diretor de Produção, Roberto Faustino e o Diretor de Suporte, Roberto Gontijo.

Na estrutura jurídica da estatal o Diretor Presidente da empresa tem mandato fixo de quatro anos e só pode ser destituído pelo Conselho Curador. A EBC é a única estatal que possui a prerrogativa de fixar seu estatuto, o que significa uma grande autonomia para definir a organização e os procedimentos internos.

FIGURA 09 – Diretoria Executiva da EBC – Empresa Brasil de Comunicação



Fonte: BURINI, 2010. Organograma elaborado a partir de dados oficiais disponíveis no site da EBC.

3.3.2 Conselhos: Administrativo, Gestor e Curador

Conforme Decreto nº 6.246, de 2007, que aprovou o Estatuto da EBC, em seu capítulo X, Art. 29, o Conselho Curador (órgão de natureza consultiva e deliberativa),

possui quinze representantes da sociedade civil que são designados pelo Presidente da República, indicados segundo critérios de representação regional, diversidade cultural e pluralidade de experiências profissionais. Os titulares do Conselho serão escolhidos dentre brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos, de reputação ilibada e reconhecido espírito público. Apenas o representante dos funcionários da EBC, seria eleito pelos próprios funcionários mediante voto direto e secreto, na forma do regimento interno.

Não é permitida a indicação ao Conselho Curador, de pessoa que tenha vínculo de parentesco até terceiro grau com membro da Diretoria Executiva, nem que seja agente público detentor de cargo eletivo ou investido exclusivamente em cargo em comissão de livre provimento da União, Estados, Distrito Federal ou Municípios.

Os membros terão mandatos de dois a quatro anos, sendo oito conselheiros para o mandato de dois anos e sete conselheiros para o mandato de quatro anos. O mandato dos titulares do Conselho Curador referidos no inciso VI do § 1º será de quatro anos, renováveis por uma única vez.

Apesar de o Estatuto prever critérios de representação regional, diversidade cultural e pluralidade de experiências profissionais, o que pudemos observar é que os primeiros conselheiros que integraram o Conselho Curador, na gestão de 2007 a 2009 da EBC/TV *Brasil* de acordo com a ata de posse, datada de 14 de dezembro de 2007 (ver Volume 2 Anexo II – Atas) eram, na sua grande maioria, pessoas sem vínculo algum e qualquer compromisso com o sistema público de televisão. São eles: Ângela Gutierrez, Cláudio Salvador Lembo, Ima Célia Guimarães Vieira, Isaac da Silva Pinhanta, José Bonifácio de Oliveira Sobrinho, José Antônio Fernandes Martins, José Paulo Cavalcanti, Lúcia Willadino Braga, Luiz Edson Fachin, Luiz Gonzaga de Mello Belluzzo, Alex Pereira Barboza, Rosa Lucia Benedetti Magalhães, Wanderley Guilherme dos Santos, Antônio Delfim Neto, Maria da Penha Maia Fernandes.

Naquela ocasião foi eleito como presidente do Conselho, Luiz Gonzaga Belluzzo, economista, professor da Unicamp, fundador da Facamp (Faculdades de Campinas), membro do Conselho Diretor da mantenedora da Fundação Escola de Sociologia e Política de São Paulo, além de colunista no caderno *Dinheiro* do Jornal *Folha de S. Paulo*, e também presidente do Clube de Futebol Sociedade Esportiva Palmeiras.

Quando presidente do Conselho Curador, em 2007, Luiz Gonzaga Belluzzo (2009), em entrevista ao Jornal *O Estado de São Paulo*³⁸, destacou a diversidade regional dos integrantes do Conselho e chegou a criticar o deslocamento das pessoas para reuniões, considerando um ônus a função. Esta declaração chega a ser reveladora vinda do presidente do Conselho, que deveria dar o exemplo público sobre o funcionamento do organismo.

[...] A composição do conselho tem uma diversidade regional muito grande [...] as pessoas têm de viajar a Brasília para participar das reuniões. Isso é incômodo, inclusive para mim. A participação é, em muitos casos, sem remuneração. Alguns recebem um pequeno jetom... No fundo, é um ônus. Chega um momento em que perturba a vida privada.

Um dos reflexos da falta de liderança ou de interesse pelo sistema público de televisão para pessoas que não têm tradição alguma na área, como o prof. Beluzzo, pode ser observada com a renúncia de integrantes do Conselho. Desde sua estréia em dezembro de 2007, seis integrantes do Conselho Curador da *TV Brasil* renunciaram aos cargos, entres eles, Antônio Delfim Netto, economista, professor universitário e político brasileiro, que também não tem qualquer vínculo com o setor publico de televisão.

Além de Antônio Delfim Netto, Ângela Gutierrez, Isaac da Silva Pinhanta, Luiz Edson Fachin, Luiz Gonzaga de Mello Belluzzo, Alex Pereira Barboza, Rosa Lucia Benedetti Magalhães, Wanderley Guilherme dos Santos, e José Bonifácio de Oliveira Sobrinho, também foram substituídos.

José Bonifácio de Oliveira Sobrinho, mais conhecido como *Boni*, iniciou sua carreira na Rádio Nacional do Rio de Janeiro, e foi contratado pela antiga *TV Tupi* em São Paulo onde ficou até 1954. O empresário é hoje proprietário da emissora *TV Vanguarda Paulista*, que compõe a *Rede Vanguarda*, no interior de São Paulo, na cidade de São José dos Campos. José Bonifácio de Oliveira atua como consultor para a Rede Globo de televisão e já trabalhou na *TV Paulista* como assistente de direção artística. Em 1966 voltou à *TV Tupi* para dirigir o Telecentro. Diretor de Programação na Rede Globo, *Boni* foi um dos responsáveis pela idealização e criação do complexo de produção da emissora (PROJAC - Projeto Jacarepaguá), no Rio de Janeiro, na década de 80.

³⁸ Entrevista à Wilson Tosta e Eduardo Kattah em 14 de julho de 2009 Jornal O Estado de São Paulo, Disponível em: http://www.estadao.com.br/estadaodehoje/20090714/not_imp402292.0.php Acesso em 14 de julho de 2009.


Durante a reunião de posse em 14 de dezembro de 2007 (ver Volume 2 Anexo II – Atas), o empresário declarou:

“Eu sou jornalista, sou empresário de comunicação e sou antes de mais nada profissional de comunicação. Eu acho que do ponto de vista de missão, a missão do nosso conselho será realmente aquela que o Beluzzo estava se referindo: separar o que é público, o que é privado e o que é Estado, porque nós teremos que proteger essa três entidades, ao mesmo tempo em que temos que fazer com que elas sejam absolutamente distintas. Do ponto de vista específico eu imagino que o mais importante é que o pensamento do conselho consiga penetrar na diretoria-executiva, nos profissionais que vão fazer a *TV Brasil*, de forma vertical e que chegue até o último funcionário, porque nós sabemos que a história da televisão educativa no Brasil é uma história triste, onde se caracterizou sempre pela falta de profissionalismo, o cabide de empregos que se transformou essa entidade no Brasil. O início da *TV Brasil* começa com a missão de renovar e revitalizar as tevês educativas transformando-as numa televisão, só que é a televisão pública. Acho também muito importante que nós tenhamos idéia do nosso desafio, nós temos dificuldades de transporte de sinal [...], nós vamos demorar para que ele tenha acesso ao grande público [...] Eu acho que todos nós estamos aqui, porque aceitamos isso, porque acreditamos que se faça necessário que o Brasil tenha uma televisão pública como tem em outros países. E nós devemos fazer dessa televisão pública acima de tudo um exemplo de profissionalismo porque senão ela terá, por mais que a gente polície, ela terá sempre uma cara de televisão estatal e teremos o risco de virar a famosa chapa branca. Obrigado” (BONI, 2007, p.6)

Entretanto em maio de 2010 o notório produtor de televisão, José Bonifácio de Oliveira Sobrinho, deixou o Conselho Curador e foi substituído por Mario Augusto Jakobskind, jornalista e escritor, que atuou como colaborador dos jornais alternativos Pasquim e Versus, trabalhou como repórter do *Jornal Folha de S. Paulo* (1975 a 1981).

Inicia-se assim, um processo de profissionalização do processo de gestão da EBC/*TV Brasil* através da nomeação de representantes da sociedade civil mais focados na área. A composição atual do Conselho Curador pode ser observada na página seguinte (QUADRO 10) onde é demonstrada a diversidade de ocupações de cada conselheiro e suas funções.

QUADRO 10 – Ocupação dos Conselheiros representativos da Sociedade Civil.



Conselho Curador

REPRESENTANTES DA SOCIEDADE CIVIL

IMA CÉLIA GUIMARÃES VIEIRA (PRESIDENTE)
Agrônoma e pesquisadora, ex diretora do Museu Paraense

CLÁUDIO SALVADOR LEMBO
Político do Partido dos Democratas (DEM), Professor e Advogado

PAULO SÉRGIO PINHEIRO
Professor de Ciência Política (aposentado) - USP

JOSÉ ANTÔNIO FERNANDES MARTINS
Engenheiro mecânico

MARIA DA PENHA MAIA FERNANDES
Biofarmacêutica, Lei Maria da Penha - Violência Doméstica e Familiar contra a Mulher

JOSÉ PAULO CAVALCANTI FILHO
Advogado de empresas, presidente do Conselho de Comunicação Social (CCS)

LÚCIA WILLADINO BRAGA
Diretora da Rede Sarah de Hospitais, pesquisadora, neurocientista e neuropsicóloga

PAULO RAMOS DERENGOVSKI
Jornalista

DANIEL AARÃO REIS FILHO
Historiador e Professor na Universidade Federal Fluminense (UFF)

JOÃO JORGE SANTOS RODRIGUES
Presidente do Oludum, Mestre em Direito Público, poeta, escritor e produtor cultural

MURILO CÉSAR OLIVEIRA RAMOS
Doutor em Jornalismo e Professor da Universidade de Brasília (UnB)

HELOISA MARIA MURGEL STARLING
Historiadora, jornalista, Dra. em Ciência Política, Profa. da Universidade Federal de Minas Gerais

TAKASHI TOME
Engenheiro elétrico atuou nas pesquisas universitárias do projeto Sistema Brasileiro de TV Digital

MARIO AUGUSTO JAKOBSKIND
Jornalista, escritor, conselheiro da Associação Brasileira de Imprensa, colaborador do Observatório da Imprensa

ANA MARIA DA CONCEIÇÃO VELOSO
Jornalista e professora da Universidade Católica de Pernambuco

REPRESENTANTE DOS TRABALHADORES DA EBC

LOURIVAL ANTONIO MACEDO
Jornalista especializado em rádio

REPRESENTANTES DO CONGRESSO NACIONAL

MANOEL ROBERTO SEABRA PEREIRA
Jornalista, professor universitário e diretor da TV Câmara

ANA LUIZA FLECK (VICE-PRESIDENTE)
Funcionária de carreira do Senado Federal. Jornalista, Tradutora e Intérprete

REPRESENTANTES DO GOVERNO FEDERAL

FRANKLIN MARTINS
Ministro de Estado-Chefe da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República

FERNANDO HADDAD
Ministro da Educação

SERGIO MACHADO REZENDE
Ministro da Ciência e tecnologia

JUCA FERREIRA
Ministro da Cultura

Fonte: BURINI, 2010. Composição do Conselho Curador elaborado a partir de dados oficiais disponíveis no site da EBC.

Atualmente o Conselho Curador é presidido pela diretora do Museu Paraense Emílio Goeldi, **Ima Célia Guimarães Vieira**, onde trabalha desde 1988. A integrante da sociedade civil no Conselho Curador é graduada em Agronomia pela Universidade Federal

do Pará, Mestre em Genética pela Escola Superior de Agricultura “Luiz de Queiróz” - ESALQ-USP, e Doutora em Ecologia pela University of Stirling, Escócia. Ima Célia é membro do Comitê Multidisciplinar da CAPES desde 2005 e uma das criadoras da Rede Cooperativa em Pesquisa de Modelagem Ambiental da Amazônia (GEOMA) além de ser considerada a principal pesquisadora na área de uso da terra.

Ima Célia substituiu Luiz Gonzaga Belluzzo, em 26 de outubro de 2009, que renunciou por motivos particulares e presidiu o Conselho Curador na primeira fase.

A nova gestão do órgão, que teve início em 26 de outubro de 2009, criou o cargo de vice-presidente, que não existia na configuração inicial. O cargo foi ocupado pela funcionária de carreira do Senado, **Ana Luiza Fleck** que também integrava o Conselho Curador desde o dia 12 de agosto de 2008. Ana Luiza é bacharel em Jornalismo e Letras/Tradutor e Intérprete pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), mestre em *Media and Communications* pela *London School of Economics*, Inglaterra,

Outro conselheiro é **Cláudio Salvador Lembo**, Bacharel em Ciências Jurídicas e Sociais, advogado desde 1959 e professor universitário. Foi governador do Estado de São Paulo de março a dezembro de 2006. No governo federal foi chefe de gabinete do Ministro da Educação de março de 1985 a fevereiro de 1986. Candidato a Senador e a vice-presidente na chapa de Aureliano Chaves, e atualmente é filiado ao partido dos Democratas, do qual é presidente estadual.

O 4º representante da sociedade civil indicado pelo Presidente da República para compor o Conselho Curador é **Paulo Sérgio Pinheiro**, diplomata membro da Comissão Interamericana de Direitos Humanos e consultor do Programa Nacional de Direitos Humanos. Ele assumiu a vaga e permanecerá até o dia dois de dezembro de 2011.

O engenheiro mecânico formado na UFRGS (Universidade Federal do Rio Grande do Sul), **José Antônio Fernandes Martins** também compõe o Conselho Curador, ele é vice-presidente do Conselho de Administração da empresa brasileira líder nacional na fabricação de carrocerias de ônibus, Marcopolo. Exerce as funções de presidente da Associação Nacional dos Fabricantes de Carrocerias para Ônibus (Fabus), da Associação do Aço do Rio Grande do Sul (AARS) e do Sindicato Interestadual da Indústria de Materiais e Equipamentos Ferroviários e Rodoviários (Simefre), vice-presidente da Federação das Indústrias do Rio Grande do Sul (Fiergs) e da Associação Nacional de

Transportes Públicos (ANTP). Foi eleito Líder Empresarial 2007 no Setor de Aeronaves, Automóveis, Caminhões, Tratores, Ônibus e Motos.

Outra representante do Conselho Curador é a biofarmacêutica cearense, **Maria da Penha**, que lutou durante 20 anos para condenar seu marido por violência doméstica. Militante no movimento social virou símbolo contra a violência doméstica e batizou a Lei de Violência Doméstica e Familiar contra a Mulher (Lei Maria da Penha) sancionada pelo presidente Lula, no dia 7 de agosto de 2006.

José Paulo Cavalcanti Filho, advogado de empresas, especialista em legislações que regulam a imprensa em todo mundo e presidente do Conselho de Comunicação Social (CCS), órgão auxiliar do Congresso Nacional criado pela Lei nº 8.389, de 30/12/91 também compõe a sociedade civil no Conselho Curador. José Paulo foi Ministro da Justiça em 1985, presidente do Conselho Administrativo de Defesa Econômica (Cade) e da antiga Empresa Brasileira de Notícias.

A Diretora da Rede Sarah de Hospitais, **Lúcia Willadino Braga** é mais uma representante da sociedade civil no Conselho Curador. Pesquisadora, Neurocientista e Neuropsicóloga, com pós-doutorado em neurociências. Representante brasileira no projeto da União Européia *Biomedical and Health Research*. Comendadora da Ordem Nacional do Mérito Científico - Presidente da República do Brasil - Jul/2000.

O 9º membro do Conselho, **Paulo Ramos Derengovski**, jornalista e escritor, integrante da diretoria do Sindicato dos Jornalistas, da Associação Catarinense de Imprensa e da União Brasileira de Escritores de Santa Catarina, substituiu Alex Pereira Barbosa (MVBill), que pediu afastamento. Ao ser empossado, em 23 de junho de 2009, Paulo Ramos afirmou que pretende pautar a sua participação no Conselho pelo espírito de colaboração e com o objetivo de devolver à sociedade “pelo menos um pouco do que já recebi dela”, disse. "Estou entusiasmado com o desafio de ajudar a construir a TV Pública brasileira", afirmou Derengovski³⁹.

Outro membro do Conselho Curador que tomou posse na mesma ocasião e substituiu Wanderley Guilherme dos Santos, é **Daniel Aarão Reis Filho**, historiador com graduação e mestrado pela Universidade de Paris *VII-Jussieu*, e doutorado pela

³⁹ Disponível em: <http://www.ebc.com.br/imprensa/ebc-na-midia/empossados-tres-novos-integrantes-do-conselho-curador-da-ebc/> Acesso em 12 de outubro de 2009.

Universidade de São Paulo – USP. Professor Titular de História Contemporânea na UFF – Universidade Federal Fluminense. Nos anos 60 participou da luta armada contra a ditadura civil- militar.

João Jorge Santos Rodrigues, também assumiu o Conselho em 23 de junho de 2009 em substituição a Luiz Edson Fachin. João Jorge é Mestre em Direito Público pela Unb, advogado, Presidente do Olodum, ex-diretor da Fundação Gregório de Mattos, Produtor cultural, poeta e escritor, colunista do *Jornal A Tarde*, de Salvador.

O jornalista e professor da Universidade de Brasília, com longa tradição na discussão de políticas públicas de comunicação no país, **Murilo César Oliveira Ramos** é o 11º membro, que passa a integrar o Conselho como representante da sociedade civil. Graduado em Jornalismo pela Universidade Federal do Paraná (1972), com Mestrado (1979) e Doutorado (1982) em Comunicação pela School of Journalism, da University of Missouri-Columbia (EUA). Murilo César Ramos realizou pós-doutoramento na Universidade Estadual de Campinas (Unicamp) em 1994, e atualmente é Professor Adjunto IV na Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília (UnB), onde coordena o Laboratório de Políticas de Comunicação (LaPCom), e sócio da ECCO - Estudos e Consultoria de Comunicações Ltda.

A vice-reitora da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), professora **Heloisa Maria Murgel Starling**, com Doutorado em ciência política, história e comunicação social foi nomeada para exercer a função de membro do Conselho Curador da Empresa Brasil de Comunicação (EBC) até 2 de dezembro de 2011, e tomou posse na reunião, no dia 20 de abril 2010, em Brasília. A nova integrante do conselho substitui Ângela Gutierrez, empresária, colecionadora de arte e empreendedora cultural Membro do Conselho Editorial da UNA Editora e do Conselho de Programação das TVs Universitárias de Minas Gerais.

Para substituir a professora, artista plástica, figurinista, cenógrafa e carnavalesca, Rosa Lúcia Benedetti Magalhães foi escolhido **Takashi Tome**, engenheiro e pesquisador na Fundação CPqD desde 1986, com experiência em P&D em sistemas de telecomunicações, proteção elétrica de redes telefônicas, opticalizacao da rede de assinantes, sistemas multimídia e multiserviços, televisão digital e interativa e na

coordenação/gestão de atividades de pesquisa. Takashi tomou posse em 1 de junho de 2010.

Na mesma data, **Mario Augusto Jakobskind**, que substituiu Boni, como já foi dito anteriormente, também tomou posse. Além de ex-correspondente da Rádio Centenária de Montevideo, atuou como editor Internacional da Tribuna da Imprensa (1989 a 2004) e editor em português da revista cubana Prisma (1988 a 1989). Atualmente é correspondente do semanário uruguaio Brecha e membro do conselho editorial do Brasil de Fato.

Outro representante que deixou o cargo foi Isaac Pinhanta, professor indígena da tribo dos Ashaninka, no Acre, que foi substituído por **Ana Maria da Conceição Veloso**, indicada pelo Fórum Pernambucano de Comunicação, representante do Fórum de Mulheres de Pernambuco e uma das associadas do Coletivo de Comunicação Social Intervezes.

Também compõe o Conselho Curador, **Manoel Roberto Seabra Pereira**, jornalista e professor universitário. Repórter de rádio durante a Assembléia Nacional Constituinte e em jornais diários (Jornal de Brasília e Correio Braziliense). Assessor de imprensa em diversos órgãos governamentais. Desde 1998 é jornalista concursado da Câmara dos Deputados. Atualmente é diretor da TV Câmara. Mestre em Comunicação pela Universidade de Brasília (UnB).

E para representante dos funcionários, **Lourival Macedo**, jornalista especializado em rádio, trabalha na EBC - Empresa Brasil de Comunicação há 30 anos. Repórter político participou de grandes coberturas em Brasília como da Constituinte de 1987 e do *Impeachment* do presidente Fernando Collor, dividindo a sua área de atuação entre o Congresso Nacional e o Palácio do Planalto. Foi eleito representante dos empregados do quadro efetivo da empresa, escolhido por meio de eleição direta, por voto secreto, em dois turnos, para um mandato de dois anos, nos termos do art. 25 do Decreto nº 6.689/09.

Dos representantes do Governo encontramos o **Ministro Franklin Martins**, jornalista que participou do movimento de resistência contra a ditadura militar. Possui larga experiência na área de jornalismo político, onde atuou como comentarista político da *TV Globo*, da *Globonews*, da *CBN*, da *TV* e da *Rádio Bandeirantes* entre outros órgãos de imprensa escrita. Tomou posse como Ministro de Estado-Chefe da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República em 29 de março de 2007.

O **Ministro Fernando Haddad**, bacharel em Direito pela Universidade de São Paulo (USP), Mestre em Economia, com especialização em Economia Política, e também doutor em Filosofia. Atuou como consultor da Fundação de Pesquisas Econômicas (Fipe/USP). Foi, ainda, chefe de Gabinete da Secretaria de Finanças e Desenvolvimento Econômico da Prefeitura do Município de São Paulo e secretário Executivo do Ministério da Educação. Nomeado ministro da Educação pelo presidente Luiz Inácio Lula da Silva, iniciou seu mandato em 29 de julho de 2005.

Outro representante do governo no Conselho Curador é o **Ministro Sergio Machado Rezende**, engenheiro que exerceu atividades de gestão pública em 1986, quando coordenou o grupo que elaborou a proposta para o setor de ciência e tecnologia do governo de Miguel Arraes em Pernambuco. Entre outras atuações, foi secretário de Ciência, Tecnologia e Meio Ambiente de Pernambuco e presidente da Financiadora de Estudos e Projetos (Finep), do Ministério da Ciência e Tecnologia. Em Julho de 2005, assumiu o cargo de Ministro da Ciência e Tecnologia.

Mais um Ministro a compor o órgão é João Luiz Silva Ferreira, conhecido como **Ministro Juca Ferreira**, sociólogo foi duas vezes vereador da capital baiana, de 1993 a 1996 e de 2000 a 2004, e convidado por seu antecessor Gilberto Gil para integrar o Ministério da Cultura no início do governo do presidente Luiz Inácio Lula da Silva, em 2003. O Ministro Juca Ferreira assumiu a pasta interinamente, em 30 de julho de 2008, após a renúncia de Gilberto Gil, e tomou posse oficialmente no cargo em 28 de agosto de 2008. Juca Ferreira coordenou a elaboração da Proposta do Código Ambiental de Salvador.

Foram reconduzidos para cumprir os mandatos até dois de dezembro de 2013 os seguintes conselheiros: Daniel Aarão Reis Filho, João Jorge Santos Rodrigues, José Antonio Fernandes Martins, Maria da Penha Maia Fernandes e Murilo César Oliveira Ramos.

3.3.3 Ouvidoria: a participação da sociedade

Cada vez mais presente em empresas brasileiras, a ouvidoria estabelece um canal ágil e direto de comunicação entre o cliente e a empresa, o cidadão e o órgão público, o trabalhador e seu sindicato, o associado e sua entidade, o profissional e seu conselho.

Ao instalar esse canal de comunicação, a EBC passa a humanizar e estreitar o relacionamento com a sociedade civil e oferece a oportunidade de junto com os cidadãos buscar soluções práticas e efetivas para os principais problemas da empresa.

Trata-se, portanto, de uma prestação de serviço ao público sobre a atuação das emissoras públicas de televisão, ao identificar nas críticas oportunidades de melhoria, inovação constante de seus processos, produtos e serviços.

A Ouvidoria da EBC é prevista pela Lei 11.652/2008, que criou a empresa. Sua função é complementar a atividade do Conselho Curador, recolhendo e buscando respostas da diretoria executiva às críticas, reclamações e sugestões dos telespectadores, ouvintes e usuários dos canais da EBC. Atualmente é exercido pelo sociólogo e professor universitário, especialista em televisão pública, Laurindo Leal Filho.

Quando da posse do Ouvidor-Geral, compareceram ao ato setores organizados da sociedade, entre eles destacamos o Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC), do Coletivo de Comunicação Intervezes, do Sindicato dos Radialistas do Distrito Federal, entre outros, que manifestaram um importante apoio à Ouvidoria.

A lei prevê que o Ouvidor preste contas aos usuários através de programas semanais de 15 minutos nas emissoras de rádio e televisão da EBC. O programa Rádio em Debate estreou em fevereiro de 2009 e é apresentado sempre às sextas-feiras com reprise aos sábados. O Rádio em Debate responde às sugestões, críticas, reclamações e elogios enviados pelos ouvintes. Também são apresentadas análises sobre a coerência da programação com os princípios e objetivos da comunicação pública. Em breve, estréia o programa da Ouvidoria na *TV Brasil*.

De acordo com o relatório de julho a dezembro de 2008 (ver Volume 2 Anexo V – Relatórios da Ouvidoria) a Ouvidoria Adjunta de TV recebeu 20 mensagens de telespectadores que deram origem a processos, e segundo observado no relatório, a análise apontou uma baixa demanda em relação à *TV Brasil* e as rádios. A maioria, ainda de acordo com o relatório, refere-se à Agência Brasil. Essas mensagens contendo críticas, reclamações, sugestões e elogios foram classificadas por temas segundo seu conteúdo e apresentadas no (QUADRO 11) a seguir:

QUADRO 11 – Classificação de mensagens dos telespectadores recebidas pela Ouvidoria

(*) Temas das Demandas	Julho a dezembro de 2008
(01) Erro gramatical/pronúncia	0
(02) Falta ou erro de apuração	0
(03) Falta de Informação	0
(04) Informação errada	1
(05) Parcialidade	0
(06) Questionamento da linha editorial	6
(07) Erro de edição	0
(08) Reclamação sobre a programação	4
(09) Problemas técnicos na recepção do sinal da TV Brasil	3
(10) Problemas de não transmissão da TV Brasil por operadoras de TV a Cabo	2
(11) Solicitação de arquivos	1
(12) Elogios	2
(13) Sugestões	2
(14) Outros	0
TOTAL	21
(*) A mesma demanda pode se referir a mais de um tema.	

Fonte: (2008) Relatório Oficial de Atividades da Ouvidoria da EBC.

Cabe ressaltar, que o perfil do público da *TV Brasil* se manteve no padrão dos últimos quatro anos, aonde a participação do público feminino vem se mantendo nos mesmos moldes dos anos de 2006 e 2007, segundo dados do relatório.

Durante o ano de 2008, foi aberto um processo licitatório pela EBC para a implantação de um serviço telefônico 0800 a ser operado pela Ouvidoria para atendimento ao público. Reproduzimos a seguir informações do relatório qualitativo dos meses fevereiro e março de 2010 (ver Volume 2 Anexo V – Relatórios da Ouvidoria) elaborados pelo prof. Laurindo, que relata a percepção pública sobre o funcionamento e a programação da *TV Brasil*. Uma das críticas apontadas diz respeito ao horário tardio de vários programas. Considerando a reclamação dos telespectadores, o ouvidor da emissora pede ao Conselho uma revisão desses horários. Sua função, não tem, porém, caráter deliberativo, mas pode influenciar nas decisões do Conselho. Não foi encontrado nas atas, no entanto, nenhuma informação que revele alteração no pedido solicitado.

Segundo o prof. Laurindo, “As demandas em relação à *TV Brasil* podem ser divididas em três categorias: as que dizem respeito à programação como um todo, as que se referem a programas específicos e as que tratam de questões técnicas”.

Uma delas, por exemplo, é do telespectador Eduardo Augusto Palma, que reclama dos horários tardios de alguns programas. “Informo que essa emissora está perdendo telespectadores pela mudança de horário dos programas apresentados. (...) Eu sei que vocês não têm interesse comercial, mas acredito ter interesse em serem vistos. Alterem os horários dos programas como “De lá pra cá” com Ancelmo Gois, Observatório da Imprensa, Roda Viva e outros como Mama África e Nova África, para um horário mais cedo, como 22h. Só aqui em casa vocês perderam dois telespectadores”.

Outra insatisfação pública com o horário de alguns programas da *TV Brasil* é de Eduardo de Barros Cardoso, que se diz insatisfeito “com a nova grade de programas que relegou programas nacionais e o cinema para horários a partir das 22horas, difícil para assalariados e priorizou produções de baixa qualidade estrangeira, como excursões e desenhos animados franceses em horário nobre”.

O mesmo comentário é feito por Dora de Almeida Prado Pecci, que dá os “parabéns pelo trabalho”, mas faz críticas em relação ao horário dos programas. Pergunta por que a grade de programação não é feita de maneira a oferecer uma alternativa ao que é veiculado pela TV comercial, “Muito tarde da noite não há povo trabalhador que agüente”, diz.

Diante desses exemplos, a Ouvidoria passa a insistir na necessidade de uma revisão da programação no horário nobre e sugere a criação de uma faixa musical entre as 20h e 21h, desta forma, oferece ao telespectador a oportunidade de acompanhar os conteúdos, além de colaborar para fortalecer a audiência do programa Repórter Brasil.

O relatório ressalta ainda:

[...] E para finalizar leio trechos de mensagem recente enviada pelo leitor Martinho Gaia. Ele sugere um PAC de audiência para a *TV Brasil*. Diz: “Senhores, gostaria de saber quando a *TV Brasil* vai deslançar e tentar ao menos alcançar o nível das tvs privadas (...). Não está faltando mais mídia para mídia? A *TV Brasil* deveria pegar em qualquer bimboca do Brasil, mas o que pega mesmo é a Globo. Que tal desenvolverem um programa de aceleração de audiência? Algo que coloque a TV no gosto popular. Por que não produzir séries (para concorrer com as novelas, no mesmo horário) de grandes obras da literatura brasileira? Ou do teatro? (...) Por que não imprimem um ritmo mais moderno, mais acelerado nos programas, vinhetas e comerciais? Isso evita o sono. Por que não descobrem novos talentos do humor? e de um *talk show* de variedades? Vão deixar só o Jô formar opinião? Vão deixar só os roteiristas de novela

conduzir as tendências do país? Enfim, quando é que a Tv pública vai ser páreo para as privadas?

Brasília, 20 de abril de 2010
Laurindo Leal Filho – Ouvidor Geral da EBC

Nesse sentido ao analisar a mensagem do leitor Martinho Gaia, que sugere um “PAC” para a audiência da *TV Brasil*, numa analogia ao Programa de Aceleração do Crescimento, criado no governo de Luis Inácio Lula da Silva em 2010, observa-se claramente que a compreensão do papel de uma TV pública por parte dos telespectadores é de que ela deve funcionar como uma alternativa à comunicação privada e comercial.

Essa também é a opinião de Eugênio Bucci (2010), quando afirma que a *TV Brasil* deve ser uma alternativa à programação comercial. Bucci descreve que a função da TV pública é oferecer algo de diferente daquilo que o mercado oferece. Se o mercado é capaz de oferecer, e melhor, o que uma TV pública vem oferecendo, a sociedade, segundo Bucci, não precisa gastar recursos para financiar uma TV pública. “Se a TV pública se contenta, em fazer, com queda de qualidade o que uma emissora comercial faz, por que sustentá-la? Então ela deve perseguir deve procurar oferecer um tipo de atração, de conteúdo que a TV comercial não pode fazer, não consegue fazer, para claramente ser uma alternativa”.

3.4 Orçamento: público e privado na EBC e na *TV Brasil*

Uma das grandes questões presentes no sistema público de radiodifusão é a orçamentária. Quem paga pela manutenção da emissora? Quanto custa? Qual o retorno para a sociedade? São perguntas presentes em diferentes setores da sociedade civil, que contribui com o pagamento de impostos para o funcionamento de organismos do Estado, através do repasse de recursos.

As emissoras públicas brasileiras são movimentadas com base em quatro obstáculos: 1- mecanismos de regulação, para evitar a dependência política; 2 – revisão do modelo de financiamento para garantir as estruturas técnicas-operacionais e os equipamentos de ponta; 3 – migração para a plataforma digital; 4 – conquista de espaço no sinal aberto com o panorama digital que se desenha, bem como as interfaces midiáticas permitidas por essa nova tecnologia.

Segundo o Ministro Franklin Martins⁴⁰ os recursos são provenientes de várias fontes desde dotações orçamentárias do governo federal, quanto da rede pública, dos governos estaduais que eventualmente se somem a essa rede. Além disso, existem recursos provenientes de prestação de serviços. Outra possibilidade são os programas educativos feitos para o Ministério da Educação, entre outras formas.

Uma vez que o Brasil não tem muita tradição de doações como nos Estados Unidos, a perspectiva de patrocínio é também essencial para garantir a sustentabilidade da emissora, já que a emissora pública não deve se pautar, necessariamente pela audiência, como as emissoras comerciais, mas sim pelo caráter informativo dos telejornais, mais longos, afirma o Ministro. Na sua opinião, uma emissora pública, sem compromisso com o mercado, mas com a formação plural da opinião pública, “pode fazer um jornalismo muito melhor, aprofundar muito mais, debater muito mais as questões”.

Promover o debate, para além da mera informação factual é uma das funções de uma emissora pública de televisão, de acordo com Franklin Martins, que exemplifica: “É o debate público sobre determinados assuntos, por exemplo, a questão do etanol. Eu não tenho visto grandes debates. Você vê reportagens, uma falinha de um, uma sonorinha do outro, mas grandes debates sobre a questão do meio ambiente, eu não tenho visto grandes debates. Acho que podemos avançar muito mais”.

No ano de 2007 durante audiência na Câmara em Brasília o Ministro Franklin Martins já havia manifestado sua opinião sobre um modelo de financiamento que considerava viável. Em matéria publicada pelo *Jornal O Estado de S.Paulo* de 28 de junho de 2007⁴¹, Franklin Martins afirma, “Estamos procurando um modelo de financiamento que dê independência à TV Pública. [...] É preciso haver mecanismos que impeçam que a ‘torneirinha’ dos recursos esteja nas mãos do palácio, senão um belo dia ele fecha e põe a TV Pública em situação desagradável”.

A idéia naquele momento era que a *TV Brasil* iniciasse com um orçamento anual de R\$ 350 milhões. Deste total, R\$ 200 milhões viriam do orçamento conjunto da Radiobrás e da Fundação Roquete Pinto.

⁴⁰ Participação do Ministro da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, Franklin Martins no Programa Roda Viva (TV Cultura) em abril de 2007, ao ser questionado por Flávio Cavalcanti Júnior, Diretor-Geral da ABERT – Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão sobre como se sustentará a TV Pública.

⁴¹ Disponível em: <http://clientes.agestado.com.br/tribuna/20070627109.html> Acesso em 29 de novembro de 2009.

De acordo com o Plano de Trabalho de 2010 (ver Volume 2 Anexo III – Documentos Oficiais, p.106), o conjunto de ações previstas para o 2010 tem como objetivo estratégico a consolidação da implantação do Sistema Público de Comunicação, e descreve que em 2009, o orçamento da EBC era o mais expressivo desde sua criação totalizando R\$ 453 milhões. Ainda segundo o documento oficial, o incremento representava mais que um aumento de recursos, mas um importante avanço em direção ao projeto original de tornar a empresa não-dependente do Tesouro Nacional, como devem ser as empresas de comunicação pública, mas garantir maior independência editorial e maior capacidade de sobrevivência mesmo sem forte apoio governamental.

Importante salientar que neste orçamento de 2010, segundo documentos oficiais (Ver Volume 2 Anexo III – Documentos Oficiais), houve uma redução da participação da União, de R\$ 350 milhões para R\$ 300 milhões. Essa redução só foi possível porque a EBC conseguiu viabilizar duas outras fontes de receitas. Primeiro, agindo no sentido de regulamentar a cobrança⁴² da Contribuição para a Comunicação Pública, prevista na lei que criou a empresa, segundo através de receitas próprias derivadas com a prestação de serviços, equivalentes, para 2010, da ordem de R\$33 milhões.

Para José Roberto Garcez (2010), a questão do financiamento de emissoras públicas é central para garantir a sua autonomia e independência em relação ao Estado e ao mercado. Segundo o Diretor de Serviços da EBC, não existe problema em que parte do financiamento das emissoras públicas seja feita com recursos do Estado, mas alerta que é necessário, no entanto, que a forma de repasse destes recursos esteja protegida por “salvaguardas” a fim de impedir o uso do dinheiro público como forma de controle do conteúdo, e pressão sobre os dirigentes das emissoras públicas.

Garcez explica ainda, que:

Se não acreditarmos que recursos públicos possam ser usados com isenção, teríamos que admitir que as escolas públicas estariam, a cada governo, submetidas à mudanças de currículo para beneficiar os detentores eventuais do poder. (GARCEZ, 2010, s/p)

⁴² A cobrança é derivada de abatimento em 5% da contribuição ao Fistel – Fundo de Fiscalização das Telecomunicações, que deve ser recolhida pelas empresas de telecomunicações e radiodifusão. Na constituição do orçamento de R\$453 milhões para 2010, está previsto o ingresso de R\$116 milhões originários desta fonte, mas que dependem de decisão judicial, uma vez que as empresas contestaram judicialmente a cobrança e realizaram o depósito em juízo.

Na opinião de Laurindo Leal Filho (2010), o financiamento por outras fontes, além do Estado, de uma TV Pública, não é necessariamente um elemento que possa interferir em sua linha editorial, mas basta haver um rígido controle público. “As emissoras privadas nesse sentido são totalmente impregnadas de interesses políticos”, completa.

3.5 Modelo de *Pitching*; financiamento e conteúdo da TV Brasil

Dentro do processo de busca pelo aperfeiçoamento do funcionamento do sistema público de televisão, em julho de 2009, a jornalista Tereza Cruvinel, presidente da Empresa Brasil de Comunicação (EBC) anunciou o primeiro edital de *pitching* da *TV Brasil*.

O *pitching*, como é chamado pelo mercado, é uma espécie de disputa, um concurso onde as emissoras de TV, em geral canais fechados (cabo ou assinatura) selecionam produtoras que possuem projetos de conteúdos para televisão. O *pitching* é um instrumento jurídico que visa selecionar conteúdos com agilidade. Muito comum nos Estados Unidos agora presente também no Brasil, o concurso já é realizado anualmente pelos canais *Multi Show*, *GNT*, *TV Futura*, *Discovery Channel*, entre outros, e pela primeira vez por um canal público, a *TV Brasil*.

No primeiro edital de *pitching*, publicado pela *TV Brasil*, em 2009 foram aceitos programas de educação ambiental e sustentabilidade. O tema era “Meio Ambiente e Sustentabilidade”. O vencedor do concurso firmou um contrato de co-produção no valor de 1 milhão e oitenta mil reais, para custear a produção de uma série completa, com 36 programas de 36 minutos cada abordando educação ambiental e sustentabilidade.

Com linguagem leve e visual dinâmico, o projeto “Sustentáculos”, da TIJD Produções Artísticas, ganhou o concurso no modelo de *pitching*, e estreou no dia 26 de abril de 2010, sendo exibido às segundas-feiras, às 20h30, com reprise aos sábados, às 18h30.

Um dos desafios do programa foi de desmistificar o tema e provar que muitas ações rotineiras podiam ser sustentáveis. Durante 36 semanas, um novo episódio era transmitido e mostrava uma rede de ações no país que cuidava da questão ambiental, passando por histórias de participantes de ONGs a pessoas comuns que pegavam carona, consumiam produtos orgânicos ou andavam de patins. O programa era apresentado por três jovens, que

não eram nem um pouco *experts* no assunto. E, por isso mesmo, conseguiram desvendar os caminhos da sustentabilidade para leigos e não leigos.

Como previsto nos editais, os programas elaborados no sistema de *pitching* com a *TV Brasil* têm a garantir sua transmissão em âmbito nacional pela emissora, e suas afiliadas.

O sistema de financiamento de produção por *pitching* pode representar uma parceria importante para a produção de programas independentes, com novas linguagens e de interesse público. Para Tereza Cruvinel (2010), em entrevista concedida à autora, “a *TV Brasil* poderá vir a ser uma grande produtora e incubadora [...] de conteúdos audiovisuais de qualidade e eles poderão servir à própria grade, à rede pública ou mesmo a outras emissoras”. E explica:

Hoje, o desafio é manter o movimento de renovação e qualificação constante da grade de programação da TV pública, [...] Temos uma parceria estratégica com a produção audiovisual independente, com as televisões regionais que compõem a rede pública de televisão, com emissoras internacionais e com outros parceiros, dentre os quais destaco o Ministério da Cultura, através da SAV e do programa Mais Cultura. Este arco de alianças tem produzido bons conteúdos, entre os quais eu citaria os documentários do DOC TV (nas versões nacional, latino-americano e dos países da CPLP), as animações decorrentes do programa AnimaTV, as minisséries do programa FICTV e um programa tão original e interessante como o Almanaque Brasil, fruto de uma parceria entre *TV Brasil*, *TV Cultura* e Elifas Andreato”. (CRUVINEL, 2010, s/p)

Com isso, a emissora passa a assumir como mecanismo de colaboração de seu orçamento, a manutenção da criação de editais de *pitching*, no sentido de garantir uma parceria público-privada de sua gestão.

Atualmente a emissora está divulgando em seu site, www.tvbrasil.org.br, o Edital de seu quinto *pitching*, com o objetivo de selecionar uma produtora para a segunda temporada de “Nova África”, revista semanal jornalística sobre o continente africano. A nova temporada deve ter 26 episódios de 26 minutos, e para a sua produção, a *EBC-TV Brasil* pagará ao vencedor o custo total de R\$ 2.392.000,00, correspondendo a um valor de R\$ 92.000,00 por episódio. Os programas deverão ser realizados em, pelo menos, 30 dos 52 países africanos, com preferência para os países que adotam a língua portuguesa.

Capítulo IV

Uma TV em construção

*“Seria muita pretensão e ousadia dizer
que apenas a criação da TV Brasil seria suficiente
para romper a tradição de concentração
dos meios de comunicação eletrônicos no país.”*
(José Roberto Garcez, 2010)

IV. Uma TV em construção

Ao contrário da realidade demonstrada na década de 90 em que as TVs públicas buscavam uma articulação entre si para assegurar a sua sobrevivência, hoje o que vemos são desafios relacionados ao padrão tecnológico e pela definição de um modelo de exploração das funcionalidades interativas e de convergência com outros meios, como por exemplo, a *internet*.

Investimentos em uma infra-estrutura que garanta a oferta do sinal da emissora em todo território nacional e internacional, melhoria na qualidade técnica, ampliação das parcerias com os operadores de rede, e uma preocupação com os conteúdos transmitidos são apenas alguns dos elementos necessários para garantir sua expansão.

4.1. Transmissão, abrangência e distribuição do sinal da emissora

Como já foi descrito anteriormente, a *TV Brasil* nasceu da unificação de três emissoras até então mantidas pelo governo federal: a Radiobrás (TV Nacional de Brasília), a ACERP - Associação de Comunicação Educativa Roquette Pinto, que coordenava a TVE do Rio de Janeiro e a TVE do Maranhão. A fusão dos patrimônios dessas emissoras aliado ao Decreto nº 6.689, publicado no dia 11 de dezembro de 2008, no Diário Oficial da União, autorizaram sua criação.

Na matéria publicada no Jornal *O Estado de São Paulo* em 30 de novembro de 2008⁴³ o jornalista Wilson Tosta revela que um ano após a estréia da *TV Brasil*, ela atingia apenas 53 municípios:

Atualmente, a *TV Brasil* só atinge a maior parte do território nacional por antena parabólica. Seu sinal aberto chega a menos de 1% das cidades: apenas 52 dos 5.564 municípios brasileiros. O público potencial é de pouco mais de 26 milhões de telespectadores, mas a audiência só supera o traço em alguns programas especiais (TOSTA, 2009).

⁴³ Disponível em: https://www2.gestao.presidencia.serpro.gov.br/secom/folder_noticias/2008/12/tvr1dez2c Acesso em 02 de julho de 2009.

Um ano depois, em 2009, o que se verificou foi um avanço considerável do alcance da emissora em todo território nacional. Hoje, em 2010 o telespectador pode sintonizar a programação da *TV Brasil* de várias formas, com sinal aberto, fechado, por cabo, por parabólica, além de contar com as retransmissoras e afiliadas que disponibilizam o sinal através de emissoras locais.

De acordo com o Diretor de Serviços da EBC, José Roberto Garcez, em entrevista concedida à autora em 26 de julho de 2010, apesar de sua expansão, a *TV Brasil* ainda tem uma abrangência limitada. Ela só opera emissoras próprias no Rio de Janeiro, Brasília, São Paulo e São Luiz. A EBC também possui emissoras próprias, porém operadas por universidades federais, em Recife, Natal, Cuiabá e Boa Vista. A expectativa é que nos próximos anos haverá emissoras da EBC operadas por universidades federais em João Pessoa, Porto Velho e Macapá. Nos demais Estados, com exceção do Rio Grande do Sul e Acre, a programação da *TV Brasil* é retransmitida em parte pelas emissoras educativas estaduais ligadas aos governos estaduais.

Em nenhum local, mesmo onde a *TV Brasil* tem operação própria, o sinal captado nas residências é de qualidade similar às emissoras privadas comerciais. A qualidade do sinal de suas transmissões ainda é inferior, pois sua infra-estrutura tecnológica é fruto da Radiobrás. Além disso, apesar do orçamento da EBC ser o mais expressivo desde sua criação, na ordem de R\$ 453 milhões, no ano de 2010, conforme descrito no Plano de Trabalho (ver Volume 2 Anexo III – Documentos Oficiais), isso não garante a troca dos equipamentos de captação, produção, pós-produção e transmissão das emissoras que compõe a rede.

De acordo com os relatórios da Ouvidoria de 2008 (ver Volume 2 Anexo V – Relatórios da Ouvidoria) as questões técnicas geraram reclamações referentes a dificuldades de acesso ao sinal da *TV Brasil* em várias cidades brasileiras (em sinal aberto ou mesmo através da operadora de cabo NET) e da interrupção da programação em algumas retransmissoras para a entrada de programas locais ou de publicidade. Eis um exemplo, Samir Perrone, de João Pessoa na Paraíba escreveu “para solicitar intervenção do canal junto à retransmissora na Paraíba, a TV Master. Ocorre que recorrentemente a programação da *TV Brasil* é interrompida para a exibição de programação local (repetida, além de enfadonha e ridícula)”.

O telespectador informou que durante a exibição do filme “Capitães de Abril” no Programa de Cinema, ele foi interrompido pela metade, sem mais nem menos, para começar a exibição de um “terrível programa da emissora local”, sem nem sequer esperar o término do filme. Segundo o telespectador o fato ocorre constantemente, e apenas tende a diminuir a audiência da “qualificada programação da *TV Brasil*”.

Aqui vale a pena um pequeno resgate histórico sobre o investimento que foi ofertado às emissoras privadas durante o regime militar, e mais recentemente no ano de 2004, onde através de financiamentos do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) as emissoras recebiam recursos para investir na aquisição de novos equipamentos, além das permutas que muitas delas realizavam com fabricantes de equipamentos, como a SONY, JVC, PANASONIC, entre outros.

Mesmo diante das dificuldades descritas acima, é necessário esclarecer, que as referências técnicas para a boa qualidade da imagem da *TV Brasil* estão estabelecidas pela norma técnica NT EBC 001, de 30 de março de 2009, que definiu especificações para a entrega de programas à emissora. Segundo a norma (ver Volume 2 Anexo III) o padrão de televisão usado internamente pela *TV Brasil* é o NTSC – SMPTE, 525 linhas de resolução em 60Hz, no formato geométrico da tela de 4:3.

A emissora considera como produtos de boa qualidade aqueles que, na sua versão final, apresentem conteúdos audiovisuais compatíveis com as imagens dos seus locais originais de gravação como:

- a) Os que mantiverem a definição das imagens com iluminação e exposição das câmeras tecnicamente corretas na abertura de seu diafragma, exceto nas intervenções artísticas;
- b) Os que não tenham causado distúrbios visuais às imagens;
- c) Os que mantiverem fiéis na representação dos tons de pele humana, vegetação e ao que for relativo à natureza.

No que tange as especificações técnicas relacionadas ao áudio, a *TV Brasil* estabeleceu como boa qualidade sonora, aquelas que mantenham os níveis em zero VU, e definiu que, o monitoramento da qualidade reside na perfeita percepção do som pelo telespectador.

Importante ressaltar que o cumprimento da NT EBC 001, definida em 2009, era obrigatória, e fazia parte da criação do padrão de qualidade da *TV Brasil*, que naquele momento, ainda estava em fase de migração para o digital.

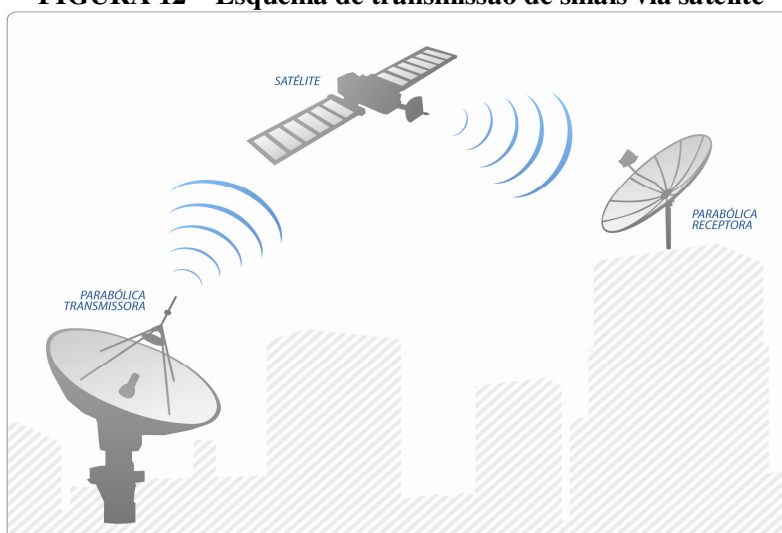
Hoje, em 2010, o sinal da *TV Brasil* é disponibilizado em todo território nacional para os telespectadores que possuem uma antena parabólica. Segundo o Diretor de Serviços da EBC, José Roberto Garcez:

A difusão por meio do satélite (com captação pelas antenas parabólicas) e pela televisão por assinatura são complementares no Brasil, embora importantes. As antenas parabólicas são, em muitas regiões, o único meio de captação da televisão aberta. São mais de 15 milhões de equipamentos em todos os estados (inclusive nos mais desenvolvidos), atingindo cerca de 60 milhões de pessoas. A EBC aposta bastante neste público⁴⁴ (GARCEZ, 2010).

Todos os satélites de televisão permanecem em um local no céu em relação à Terra, desse modo, o telespectador precisa direcionar a parabólica dele para o satélite, e a partir daí captar o sinal sem novos ajustes. A televisão por satélite resolve muitos problemas de alcance e distorção do sinal. Transmite e recebe sinais de televisão utilizando as antenas especializadas chamadas parabólicas de satélite, que podem ser analógicas ou digitais.

A (Fig. 12) demonstra a trajetória do sinal de televisão pelas parabólicas de satélite, desde sua emissão, até a sua recepção pelo telespectador.

FIGURA 12 – Esquema de transmissão de sinais via satélite



Fonte: BURINI (2010).

⁴⁴ Entrevista concedida em 26 de julho de 2010 à autora.

A transmissão por parabólica de satélite tornou possível a oferta de sinais digitais para milhares de localidades, simultaneamente. Isso deflagrou uma discussão em torno da democratização do acesso à TV digital e do barateamento das caixas receptoras chamadas de *set top box*⁴⁵, conforme descreve Frederico Nogueira, diretor da Band em entrevista concedida ao Jornal *Folha de São Paulo* em 2007:

A transmissão de TV digital via satélite para os 15 milhões de domicílios brasileiros que possuem antenas parabólicas rachou as redes de TV e colocou o Ministério das Comunicações em uma situação delicada. (...) A liberação da transmissão via satélite daria acesso imediato à TV digital aos proprietários de parabólicas (desde que comprem um novo receptor). (...) "Seria uma forma de democratizar o acesso à TV digital e de baratear as caixas receptoras", diz Frederico Nogueira, diretor da Band. O problema é que a Globo é contra, porque as parabólicas afetam as receitas publicitárias regionais. Embora SBT e Record ainda estudem o assunto, a Abert é contra a medida. Enquanto isso, o Ministério das Comunicações, que não quer desagradar à Globo, ganha tempo. Diz "que a prioridade é cumprir o decreto 5.820/06, que estabelece o cronograma da TV digital [terrestre]"⁴⁶.

Segundo o critério estabelecido no momento da criação do canal, dois sinais são transmitidos, um analógico e outro digital. José Roberto Garcez (2010) esclarece que a lei de criação da EBC obriga, de forma inédita, todas as formas de distribuição de televisão por assinatura (cabo, MMDS e DTH) a oferecer o sinal da *TV Brasil*.

Ainda quando da inauguração do canal digital da *TV Brasil* em São Paulo, no dia 2 de dezembro de 2008, Tereza Cruvinel disse que:

"Desde sua criação, a partir de três emissoras locais, no Rio de Janeiro (RJ), Brasília (DF) e São Luiz (MA), a *TV Brasil* conseguiu um avanço espetacular na irradiação de seu sinal, seja através das TVs educativas estaduais abertas - que exibem programas da *TV Brasil* em 21 estados - seja através da Banda C ou dos canais por assinatura. Nada disso, entretanto, compensava a ausência na mais rica e populosa cidade do Brasil. Por isso consideramos uma vitória o início das transmissões pelo

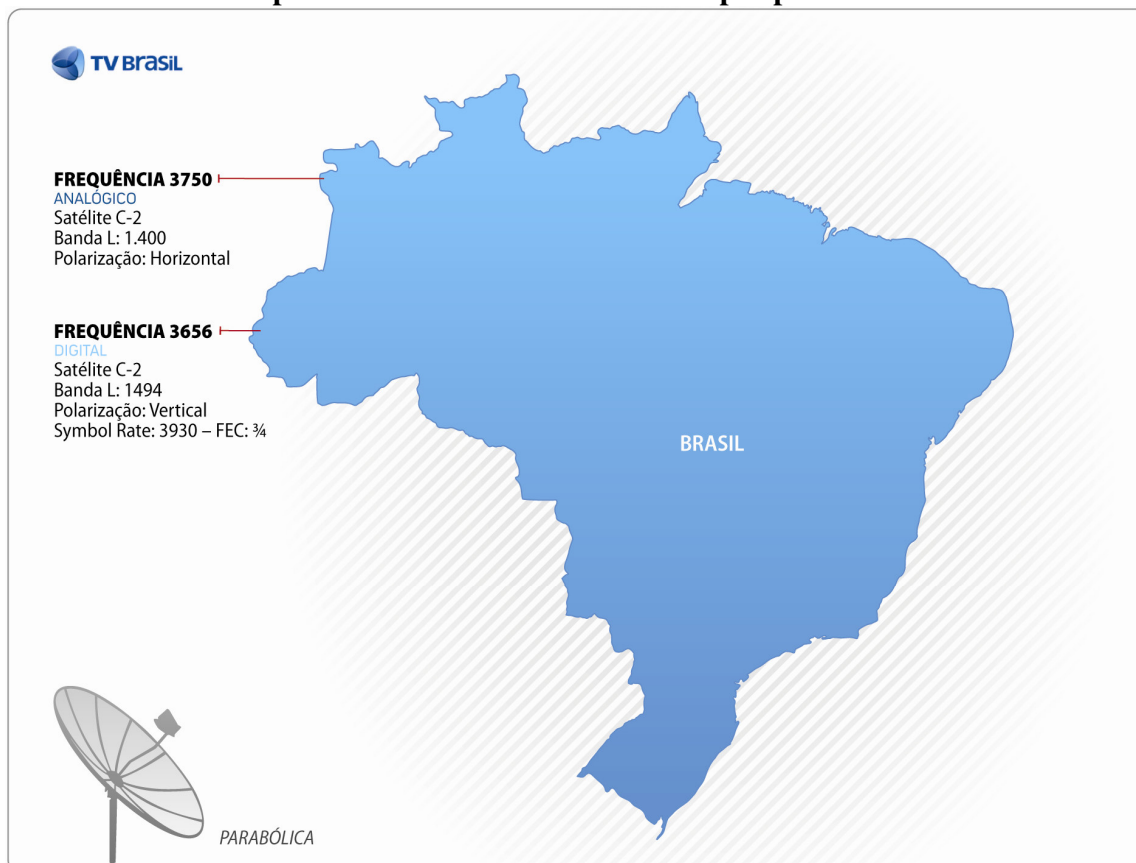
⁴⁵ *Set Top Box* é o nome dado a um conversor de sinais (cabo coaxial, antena satélite, cabo *ethernet*, ou até mesmo de uma antena VHF ou UHF). No caso específico mencionado no texto, o *set top box* é necessário para a recepção de sinais de TV Digital em aparelhos televisores, que não possuem ainda um sintonizador específico para essa forma de recepção.

⁴⁶ Disponível em: http://www.direitoacomunicacao.org.br/content.php?option=com_content&task=view&id=2128 Acesso em 04 de janeiro de 2008.

canal digital 63 e a instalação da emissora na cidade de São Paulo", afirmou Tereza Cruvinel, presidente da EBC ⁴⁷ (MOULATLET, 2008).

Em todo o Brasil (Fig.13) o telespectador também tem acesso ao sinal da emissora por meio de parabólica analógica.

FIGURA 13 – Mapa com alcance da oferta de sinal por parabólica em todo Brasil.



BURINI, 2010. Figura elaborada a partir de dados oficiais disponíveis no site da *TV Brasil* no dia 10 de outubro de 2009.

Para isto, basta sintonizar no Satélite C –2, na Frequência – 3750, em Banda L – 1.400, e na Polarização: Horizontal. Já ocorre, também, a transmissão por parabólica digital, através do mesmo Satélite C-2, porém nesse caso a sintonia é feita pela Frequência – 3656, na Banda L: 1494, e na Polarização: Vertical com *Symbol Rate*: 3930 – FEC: ¾.

De acordo com Tereza Cruvinel:

⁴⁷ Disponível em: http://www.direitoacomunicacao.org.br/content.php?option=com_content&task=view&id=4400
Acesso em 28 de dezembro de 2008.

Nossa grande compensação para a falta de canais analógicos é a distribuição da programação pelo satélite Banda C, através do qual cerca de 60 milhões de brasileiros sintonizam televisão por antena parabólica. Mas enfrentamos um problema de perda de qualidade do sinal, decorrente do compartilhamento do mesmo *transponder*⁴⁸ (fração de satélite) com a TV Escola, do MEC. O satélite C-2 é um recurso finito e esgotado, que não comporta mais nenhum outro canal nem a acomodação de *TV Brasil* e TV Escola em *transponders* separados (CRUVINEL, 2010).

Mas de acordo com Jonas Valente (2010) a *TV Brasil* é nova e não tem estratégia de comunicação para ser conhecida, a cobertura da emissora ainda é deficiente, apesar do esforço da criação da rede e da instalação das retransmissoras. Na opinião de Valente, “o sinal é horrível. Isso desestimula qualquer um. [...] não conseguia ver a *TV Brasil* na minha casa que fica a 15 km de distância da sede da emissora. Além disso, pelo cabo a operadora NET coloca intencionalmente um descasamento entre imagem e som. O que dificulta também a fruição dos programas”.

Nesse sentido, a difusão gratuita de sinais televisuais à casa dos cidadãos, proprietários de aparelhos de recepção (televisores, *internet*), deve prever necessariamente a garantia de qualidade da imagem e do som, a ponto de torna-se condição *sine qua non* para seu consumo, entendimento, transmissão das informações e eventual sucesso.

Para uma boa retro-comunicação da mensagem não é possível se o telespectador se deparar com dificuldades de acesso ao conteúdo transmitido pela emissora, ruídos que interfiram no sinal recebido, ou mesmo a ausência momentânea dele.

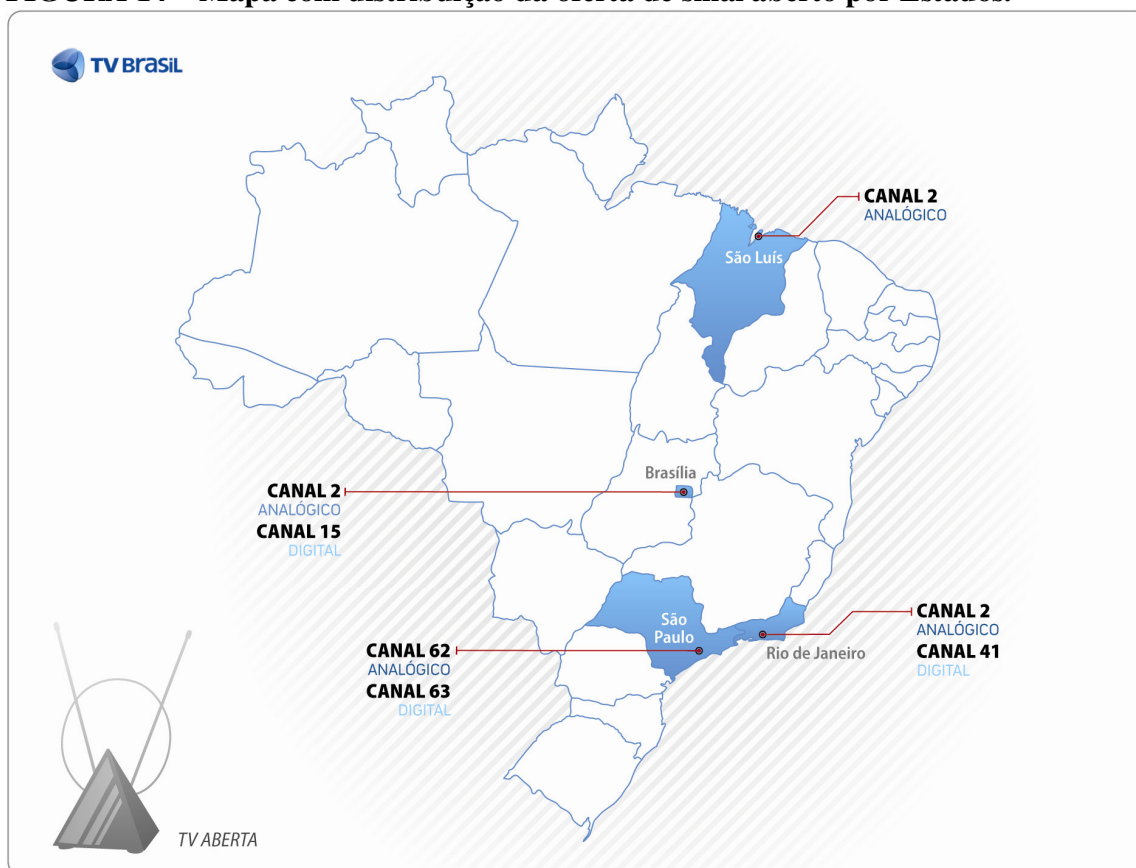
A radiodifusão enquanto sistema de transmissão de informações, tanto no rádio quanto na televisão, de acordo com Willians (1999), passa necessariamente pelo grande investimento das empresas em meios de distribuição, que irão viabilizar tecnicamente que seu conteúdo seja atrativo e que chegue até seu consumidor final, no caso o radiouvinte e o telespectador. Ao contrário das tecnologias da comunicação anteriores, as rádios e as televisões requerem sistemas desenhados para transmissão e recepção com muita definição.

⁴⁸ *Transponder* de satélites são circuitos responsáveis pela recepção e retransmissão de uma determinada banda de frequência. Um satélite tem, tipicamente, de 20 a 40 *transponders*. O SBTS, Sistema Brasileiro de Transmissão por Satélite, de propriedade da Embratel, possui 36 *transponders* operando na frequência 36 MHz, 36 dBW;

Outra forma de recepção da *TV Brasil* possível, é por meio das antenas para captação de canais abertos em quatro estados (Rio de Janeiro, São Paulo, Distrito Federal e Maranhão), conforme (Fig.14), distribuídos em canais analógicos e digitais:

- **Rio de Janeiro – RJ** Canal 2 – Analógico e Canal 41 – Digital;
- **Brasília – Distrito Federal** Canal 2 – Analógico e Canal 15 – Digital;
- **São Paulo – SP** Canal 62 – Analógico e Canal 63 – Digital;
- **São Luis – MA** Canal 2 – Analógico.

FIGURA 14 – Mapa com distribuição da oferta de sinal aberto por Estados.



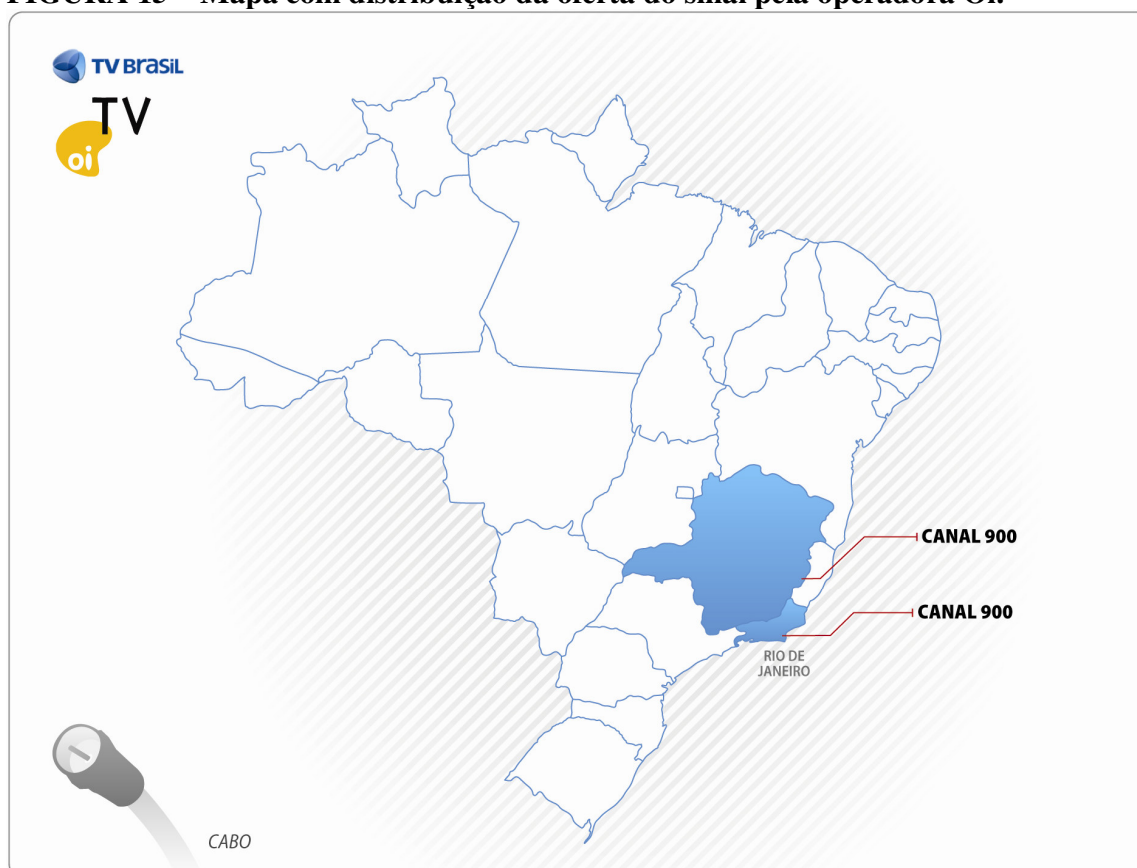
BURINI, 2010. Figura elaborada a partir de dados oficiais disponíveis no site da *TV Brasil* no dia 10 de outubro de 2009.

Tereza Cruvinel (2010), explica que quando ela se refere à distribuição do sinal, está referindo-se ao fato de que a *TV Brasil* tem apenas quatro canais próprios abertos (Rio de Janeiro, São Paulo, Brasília e São Luis do Maranhão), sendo que o canal de SP é de

péssima acessibilidade. Os brasileiros, segundo a diretora presidente da EBC, “não costumam acessar TV na banda UHF e nosso canal analógico na capital paulista tem o número 62”. Além do canal analógico em São Paulo, há também três canais digitais (DF, SP e RJ), porém sabe-se que até agora, em meados de 2010, dois anos e meio depois do início das transmissões digitais no Brasil, é ínfima, ainda, a fração de brasileiros que recebe televisão pela nova tecnologia digital.

Mais uma forma de captação do sinal da emissora se dá por meio do cabo, que atende pela operadora OI TV, dois Estados (Rio de Janeiro e Minas Gerais) no canal 900 conforme (Fig.15) abaixo.

FIGURA 15 – Mapa com distribuição da oferta do sinal pela operadora Oi.



BURINI, 2010. Figura elaborada a partir de dados oficiais disponíveis no site da *TV Brasil* no dia 10 de outubro de 2009.

A Medida Provisória 398, depois convertida pelo Congresso Nacional em Lei nº 11.652, de 7 de abril de 2008, que criou a EBC – Empresa Brasil de Comunicação,

mantenedora da *TV Brasil*, tornou obrigatória a oferta de sua programação por todas as operadoras de TV por assinatura disponíveis.

De acordo com Tereza Cruvinel (2010), “todas as operadoras de TV por assinatura são obrigadas, por lei, a carregar a programação da *TV Brasil*. Isso nos ajuda muito, ainda que algumas operadoras não cumpram integralmente a lei”. Desta forma, além da OI TV, a SKY também oferece o sinal digital da emissora em todo o território nacional pelo Canal 116, a Telefonica pelo Canal 695, e a EMBRATEL com Cobertura Nacional no Canal 124 conforme (Fig.16).

FIGURA 16 – Mapa com o sinal das operadoras de TV por assinatura (via parabólica)



BURINI, 2010. Figura elaborada a partir de dados oficiais disponíveis no site da *TV Brasil* no dia 10 de outubro de 2009.

Na opinião de José Roberto Garcez (2010) “É mais do que a lei do cabo. Ainda não conseguimos que todas as operadoras distribuam o sinal da *TV Brasil*, mas estamos próximos de alcançar esta universalização”. Ainda de acordo com Garcez, a audiência se forma pelo hábito do telespectador, por isso na visão dele, as melhorias técnicas que estão sendo introduzidas,

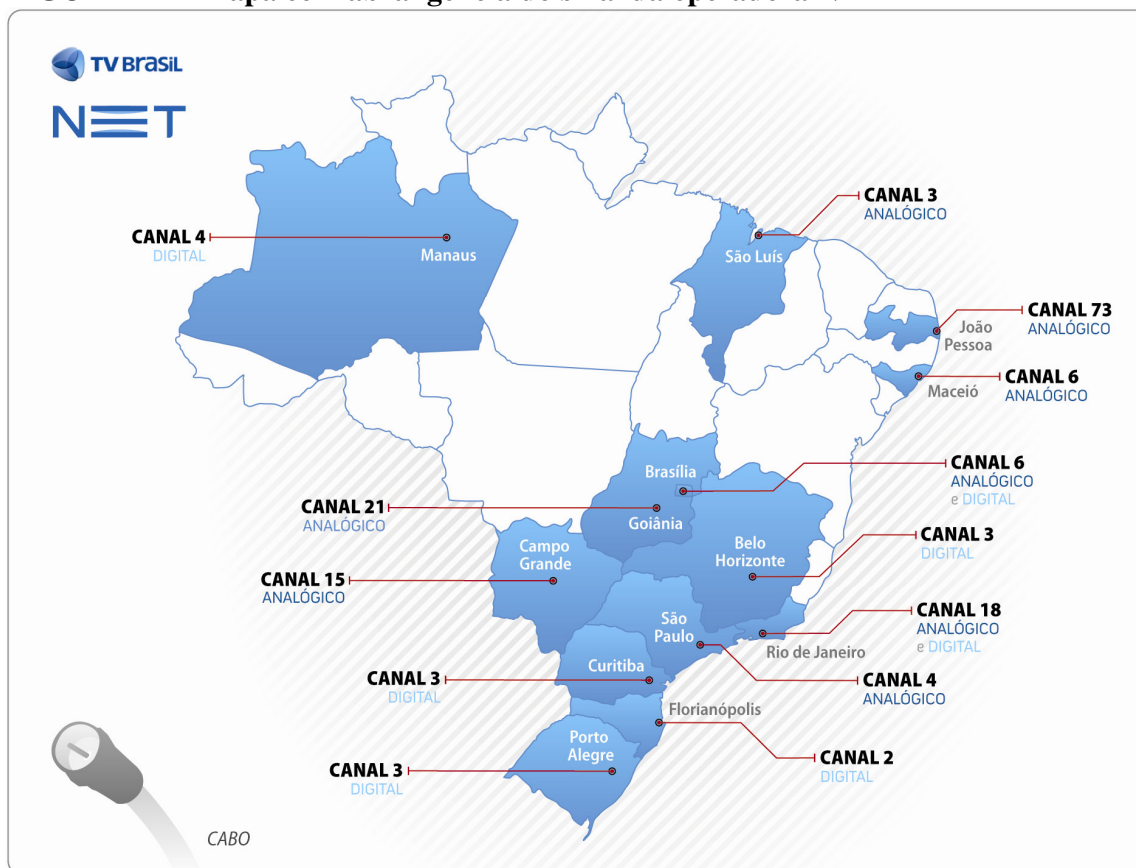
e o investimento na produção de conteúdos é que irão aos poucos conquistar maior audiência.

Segundo Richeri (1994, p.236), é a “fase da distribuição” que joga um papel importante e decisivo no lucro dos negócios relacionados ao serviço de televisão, “é esta etapa do processo [...] que se decidem as condições de exploração dos produtos [...] bem como as vantagens competitivas”.

Por este motivo, a preocupação com a distribuição do sinal da *TV Brasil* se faz presente, pois passa a ser o elemento determinante do alcance e da oferta de seu conteúdo.

No caso da operadora NET a oferta de 23 canais pelo país é restrita em algumas regiões a sinal analógico conforme demonstra o mapa abaixo (Fig. 17)

FIGURA 17 – Mapa com abrangência do sinal da operadora NET

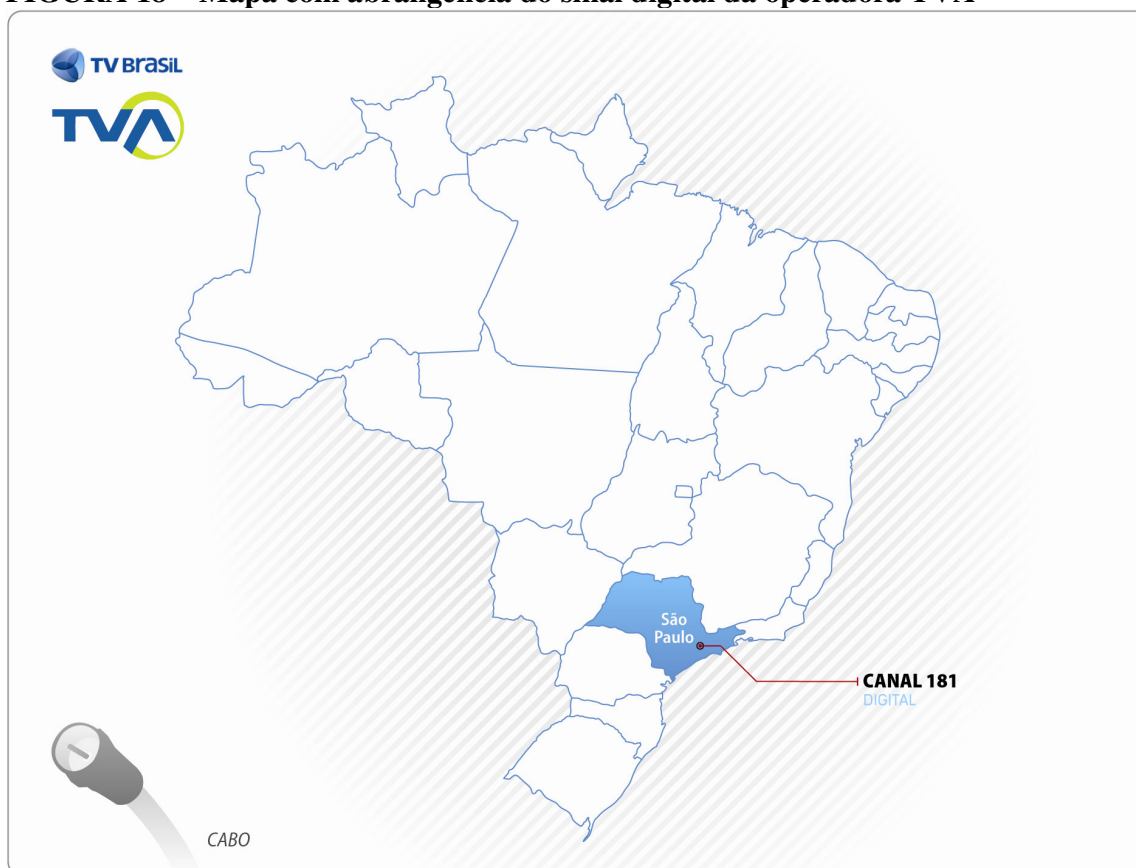


BURINI, 2010. Figura elaborada a partir de dados oficiais disponíveis no site da *TV Brasil* no dia 10 de outubro de 2009.

Esta grande oferta de sinal por parte da operadora de cabo NET, ao mesmo tempo em que aumenta a amplitude de seu alcance, por outro lado não garante suficientemente a manutenção de sua qualidade técnica.

O mesmo ocorre com a operadora TVA no Estado de São Paulo, ao oferecer o sinal digital da emissora pública pelo canal 181 através de cabo, conforme (Fig. 18) abaixo.

FIGURA 18 – Mapa com abrangência do sinal digital da operadora TVA



BURINI, 2010. Figura elaborada a partir de dados oficiais disponíveis no site da *TV Brasil* no dia 10 de outubro de 2009.

A distribuição, portanto, não garante a qualidade necessária e esperada pelo telespectador e se torna no caso específico do cabo, uma disputa pelos canais de distribuição das operadoras e não uma preocupação em atender a demanda de espectadores interessados em receber o conteúdo. Nesse aspecto, Richeri explica que:

A distribuição é, em geral, uma atividade de alta intensidade de capital que exige muitos recursos tanto para sua implantação quanto para sua gestão, e que permite realizar fortes economias de escala. Mas os canais

de distribuição estiveram até agora regulados para reduzir drasticamente o número de atores e controlar rigidamente sua atividade (RICHERI, 1994, p.237)

Ao realizar um *zapping*⁴⁹, o telespectador sente nitidamente a diferença de qualidade transmitida por cada canal de televisão, no caso específico da *TV Brasil* a sensação é de que a imagem está em baixa resolução, e em alguns momentos o nível de áudio é diferente de um programa para outro.

Internacionalização do sinal

Outro avanço significativo que ocorreu no processo de ampliação do alcance do sinal da *TV Brasil* foi o início das transmissões para a África. No dia 20 de maio de 2010 a emissora pública brasileira passou a operar em caráter experimental no continente africano, exceto para os países Egito, Líbia, Argélia, Tunísia e Marrocos. No entanto, sua programação não era a mesma do Brasil, uma vez que não tinha produções estrangeiras, que são conteúdos licenciados para veiculação somente no território brasileiro.

A estréia oficial para o continente africano, com sinal disponível nos pacotes de TV a cabo da *Multichoice*, ocorreu no dia 24 de maio de 2010, em ato no Itamaraty, e contou com uma conversa ao vivo do presidente Luiz Inácio Lula da Silva, diretamente de Brasília, com o presidente de Moçambique, Armando Guebuza, que falava da cidade de Maputo.

De acordo com matéria publicada no Jornal *O Estado de São Paulo*, em 13 de maio de 2010 (ver Volume 2 – Anexo IV), um dos objetivos principais da *TV Brasil Internacional*, integrada pelas comunidades de brasileiros no exterior – atualmente, cerca de 2 milhões de pessoas – segundo a presidente da EBC, Tereza Cruvinel, é “ter uma TV que expresse no exterior a diversidade e a cultura do Brasil”.

A *TV Brasil Internacional* substituiu o *Canal Integración*, que como já informado anteriormente neste trabalho, foi criada como parte dos projetos de expansão da Empresa Brasil de Comunicação (EBC).

⁴⁹ A palavra *zapping*, consiste no ato de mudar de canal de televisão constantemente, fazendo uso do controle remoto.

A escolha da África para iniciar suas transmissões internacionais se deu como resultado do acordo firmado de retransmissão local por cabo, com a distribuidora *Multichoice*. Outro elemento decisivo nessa escolha foi o interesse brasileiro de aumentar sua presença no continente, que possui muitos países como Angola, Moçambique, Cabo Verde, Guiné Bissau, Guiné Equatorial e São Tomé e Príncipe com idiomas equivalentes ao do Brasil.

Os Estados Unidos e América Latina serão os próximos alvos para a expansão do sinal da *TV Brasil*, em seu processo de internacionalização, não só para expandir a cultura nacional, como também para garantir que os brasileiros que moram no exterior possam também assistir à programação da emissora.

4.2 Descrição da grade semanal de programação: horários e gêneros

A partir da necessidade de ampliação e garantia de recepção do sinal, a direção da EBC já discutia junto às emissoras educativas estaduais a constituição de uma nova rede, diferente, porém da experiência de Rede Pública de Televisão (RPTV) ocorrida entre 1990 e 2000, mas voltada a parcerias integrais que iriam veicular o conjunto de grade unificada, e assim recebendo apoios mais consistentes.

Em 2009 foi possível observar pela análise da grade de programação da emissora que a escolha dos programas para exibição era feita por um Comitê de Rede, composto por representantes de todas as emissoras associadas. Assim, os programas regionais com potencial de audiência receberam incentivos financeiros e suporte técnico para que pudessem assumir o perfil nacional esperado pela emissora e integrar assim a grade de programação.

Para ilustrar e possibilitar uma melhor compreensão do conteúdo programático da grade da *TV Brasil*, no ano de 2009, é apresentado na página seguinte conforme (QUADRO 19) uma amostra contendo a lista de programas exibidos no dia 21 de outubro de 2009.

Quadro 19 – Grade de Programação TV Brasil – 29/10/2009.

Programa	Início	Fim	Diferença em minutos	Gênero	Horas	%
Abertura da Programação	05:51	05:55	04	Outros	0,07	0,28%
Salto Para o Futuro	05:55	06:51	56	Educação	0,93	3,89%
Novo Telecurso Ensino Médio	06:51	07:04	13	Educação	0,22	0,90%
Novo Telecurso Ens. Fundamental	07:04	07:20	16	Educação	0,27	1,11%
Telecurso tecendo o Saber	07:20	07:50	30	Educação	0,50	2,08%
Jornal Visual	07:50	08:00	10	Jornalismo	0,17	0,69%
Repórter Brasil (Manhã)	08:00	08:45	45	Jornalismo	0,75	3,13%
Cocoricó (Manhã)	08:45	09:01	16	Infantil	0,27	1,11%
Thomas	09:01	09:18	17	Infantil	0,28	1,18%
Angelina	09:18	09:32	14	Infantil	0,23	0,97%
Um Menino Muito Maluquinho (Manhã)	09:32	10:01	29	Infantil	0,48	2,01%
A Turma do Pererê (Manhã)	10:01	10:28	27	Infantil	0,45	1,88%
Os Pézinhos Mágicos de Franny	10:28	10:58	30	Infantil	0,50	2,08%
Castelo Rá Tim Bum (Manhã)	10:58	11:30	32	Infantil	0,53	2,22%
Janela Janelinha (Manhã)	11:30	12:00	30	Infantil	0,50	2,08%
100% Brasil	12:00	12:32	32	Outros	0,53	2,22%
Assim Vivemos	12:32	13:04	32	Outros	0,53	2,22%
Um Menino Muito Maluquinho (Tarde)	13:04	13:32	28	Infantil	0,47	1,94%
Barney (Tarde)	13:32	14:03	31	Infantil	0,52	2,15%
SOS. Sonia	14:03	14:28	25	Infantil	0,42	1,74%
Castelo Rá Tim Bum (Tarde)	14:28	15:00	32	Infantil	0,53	2,22%
Cocoricó (Tarde)	15:00	15:16	16	Infantil	0,27	1,11%
Curta Criança III (Tarde)	15:16	15:31	15	Infantil	0,25	1,04%
Vila Sésamo (Tarde)	15:31	16:00	29	Infantil	0,48	2,01%
Sem Censura	16:00	17:30	90	Entrevista	1,50	6,25%
Os Heróis da Praia	17:30	18:00	30	Infantil	0,50	2,08%
Para Todos	18:00	18:33	33	Variedades	0,55	2,29%
Papo de Mãe (Noite)	18:33	19:29	56	Entrevista	0,93	3,89%
Uma Novaiorquina na África	19:29	20:00	31	Outros	0,52	2,15%
Cultura Ponto a Ponto	20:00	20:30	30	Outros	0,50	2,08%
Rede Nacional Obrigatória (Noite)	20:30	20:41	11	Outros	0,18	0,76%
Assim Que Funciona	20:41	21:00	19	Infantil	0,32	1,32%
Repórter Brasil (Tarde)	21:00	22:04	64	Jornalismo	1,07	4,44%
Caminhos da Reportagem	22:04	23:00	56	Jornalismo	0,93	3,89%
DOC TV IV	23:00	00:00	60	Filmes/Documentário	1,00	4,17%
Cena Musical	00:00	01:00	60	Outros	1,00	4,17%
Sem Censura (Madrugada)	01:00	02:21	81	Entrevista	1,35	5,63%
Totais			1230		20,50	85,42%

*esta grade segue a hora oficial de Brasília

BURINI, 2010, quadro elaborado a partir da programação oficial disponível no site da *TV Brasil* no dia 29 de outubro de 2009.

No quadro acima é possível notar que há uma predominância para programas com temática cultural e educativa pela manhã, seguida por uma intensa programação infantil, a partir de conteúdos desenvolvidos por emissoras parceiras, como a TV Cultura de São Paulo, principal fornecedora de programas para a *TV Brasil* naquele momento.

Com esta estrutura a preocupação era mais voltada ao público telespectador do que à origem da produção. Mas ainda residia a problemática do licenciamento de atrações de produtoras independentes, que mais tarde foi solucionado com a adoção de norma que

contribuiu para o licenciamento de obras de propriedade de terceiros, tais como filmes (longas, curtas e média metragens), animações, documentários e séries.

Como já foi descrito no capítulo anterior, a EBC/TV *Brasil* passou a adotar a norma de concursos para produções, que resultaram no lançamento do 1º *Pitching TV Brasil*, em 17 de julho de 2009.

Essa modalidade de concurso viabilizou co-produções, e assegurou a inserção de novos programas na grade de 2010, trazendo renovação na programação, como poderá ser observado adiante no item 4.3 nas sinopses de alguns programas selecionados.

A ditadura da audiência

O debate em torno da medição e da análise da *performance* e qualidade da programação de televisão pública no Brasil passa por uma mudança no estudo da própria natureza desta programação. Não obedece, porém, aos mesmos critérios de busca pela audiência da televisão comercial. O grande problema é que, não existe hoje no Brasil, um centro de pesquisas e estudos sobre esse tema que possibilite novos padrões de aferição para as emissoras públicas. Além disso, as informações são escassas.

Para a diretora da Cultura Data⁵⁰, Unidade de Negócio da *TV Cultura* de São Paulo, Fátima Pacheco Jordão (2009), a TV Pública deve ter uma visão diferenciada da TV Comercial. Segundo ela, é necessário desenvolver novas metodologias, procurar saber “o que as pessoas entendem, como elas compreendem as mensagens; se as mensagens são adequadas, se servem às suas demandas, agregando a possibilidade da audiência intervir, interagir com as informações transmitidas”⁵¹.

Trata-se, portanto, da construção de um paradigma específico para a televisão pública, com a adoção de novos parâmetros de aferição de *performance* e qualidade. Um novo sistema diferente das emissoras comerciais, que mede intervalos de programas e que foi criado dentro de uma lógica do mercado publicitário e não pela possibilidade de levar ao público e manter as identidades regionais e a imensa diversidade cultural do país, que faz parte dos objetivos da *TV Brasil*.

⁵⁰ A Cultura Data é uma Unidade de Negócio voltada a planejar, coordenar, acompanhar e realizar pesquisas de comunicação, mercado e opinião pública para clientes internos e externos. Foi criada no final de 2007, pela Fundação Padre Anchieta, mantenedora da Rádio e TV Cultura.

⁵¹ Durante palestra sobre a evolução da audiência na TV Cultura, no II Fórum Nacional das TVs Públicas realizado em Brasília em maio de 2009.

As mudanças de paradigmas nos campos da informação, do entretenimento, da cultura e da difusão são essenciais, segundo Morin (2004). Isto é possível de acordo com o autor, pela reforma do pensamento, por movimentos constantes de (des)construção do que é posto e acordado como verdade absoluta pela ciência, do que é a parte e o todo, e principalmente de novas formas mais coerentes, conscientes de atuação dos indivíduos na sociedade.

De acordo com Cifuentes (2002, p.147-151), sete teses são propostas, que se seguidas, poderiam contribuir para a melhoria da qualidade da TV pública na América Latina em geral. São elas: a tese da autonomia; do pluralismo; do estilo cidadão; do perfil programático próprio para audiências maciças; da atitude inovadora; da descentralização e a do autofinanciamento.

Nesse sentido, a chave para a mensuração de uma programação em televisão pública, segundo Fátima Jordão (2009), tem que ser entendida como um conjunto de audiência dos programas. Ela não pode ser entendida como uma audiência de um determinado minuto.

A *TV Brasil*, em processo de construção, recheada de conflitos internos e questionada por alguns grupos sociais, obedece, portanto, ao caminho natural de uma emissora que está procurando um novo caminho a ser trilhado por uma televisão pública.

É necessário olhar para sua programação e forma de gestão como um processo e não como uma emissora fechada, sem perspectivas de mudanças ao longo de sua caminhada, que está apenas começando. Nesse aspecto, a participação de diferentes grupos da sociedade civil e as pesquisas sobre sua evolução tendem a representar a riqueza do processo, independentemente das dificuldades enfrentadas.

Assim, para aperfeiçoar a metodologia de avaliação da programação da *TV Brasil*, o Conselho Curador, aprovou em 26 de outubro de 2009 a criação de comissões temáticas para colaborar na elaboração de um método de avaliação.

4.3 Sinopse dos programas

No quadro geral na página seguinte a visualização de sua grade semanal, transmitida a partir de 3 de maio de 2010, conforme (QUADRO 20).

QUADRO 20 – Mapa de programação TV Brasil grade aprovada a partir de 03/05/2009

GERÊNCIA DE PROGRAMAÇÃO TV BRASIL

Grade aprovada pelo comitê no ar a partir de 03 de maio de 2010.

	SEGUNDA 03/05/10	TERÇA 04/05/10	QUARTA 05/05/10	QUINTA 06/05/10	SEXTA 07/05/10	SABADO 08/05/10	DOMINGO 08/05/10	
05:50								
06:00	SALTO PARA O FUTURO							VIA LEGAL
06:30								
06:45	TELECURSO ENSINO MÉDIO						TEL. ENSINO FUNDAMENTAL	BRASIL ELEITOR
07:00							TELECURSO ENSINO MÉDIO	
07:05	TELECURSO ENSINO FUNDAMENTAL							
07:15							TEL. TECENDO O SABER	PALAVRAS DE VIDA
07:20	TELECURSO TECENDO O SABER							
07:45								
07:50	JORNAL VISUAL						REENCONTRO	
08:00	REPÓRTER BRASIL							
08:30							INTERESSE PÚBLICO	SANTA MISSA
08:45	COCORICÓ							
09:00	ESQUADRÃO SOBRE RODAS	CONNIE A VAQUINHA	PEQUENO VAMPIRO	LOUIE	THOMAS	MOBILIZAÇÃO	VIOLETA MINHA VIOLETA	
09:15	UM MENINO MUITO MALUQUINHO							
09:30	A TURMA DO PERERÊ						A TURMA DO PERERÊ	A TURMA DO PERERÊ
10:00								
10:30	BILL TAMPINHA E SUA MELHOR AMIGA CORKY	OS PÉZINHOS MÁGICOS DE FRANNY	CIDADE DOS BICHOS	MECANIMAS	A PRINCESA SHARAZADE	CIDADE DOS BICHOS	ESQUADRÃO SOBRE RODAS	
10:45								
11:00	CASTELO RA TIM BUM						CASTELO RA TIM BUM	CASTELO RA TIM BUM
11:30	JANELA JANELINHA						JANELA JANELINHA	JANELA JANELINHA
12:00	REPÓRTER RIO						OS HERÓIS DA PRAIA	ABZ DO ZIRALDO
12:30	TURMA DO PERERÊ						COZINHA BRASIL	CURTA CRIANÇA
12:45								
13:00	UM MENINO MUITO MALUQUINHO						PROGRAMA ESPECIAL	BARNEY
13:15								
13:30	CATALENDAS						SAÚDE BRASIL	A PRINCESA SHARAZADE
13:45	DANGO BALANGO						EXPEDIÇÕES	DANGO BALANGO
14:00	COCORICÓ							TV PIÁ
14:30	CASTELO RA TIM BUM							
14:45								
15:00	CURTA CRIANÇA							STADIUM
15:15	VILA SÉSAMO							
15:30								
16:00	SEM CENSURA						ALTO FALANTE	AWÊ
16:30								
17:00								
17:30	REDE JOVEM CIDADANIA	TÔ SABENDO	ALTO FALANTE	TÔ SABENDO	DIVERSO	TÔ SABENDO	VER TV	
17:45								
18:00	ESTRÉIA ESTÚDIO MOVEL							
18:15								
18:30							SUSTENTÁCULOS	PAPO DE MÃE
19:00	TUDO QUE É SÓLIDO PODE DERRETER	SNOBS	ABORRECENTES	UMA AVENTURA NA ÁFRICA	UM PAR QUASE PERFEITO	CARA E COROA	ALMANAQUE	
19:15								
19:30	ANIMANIA	EXPEDIÇÕES	COMENTÁRIO GERAL	CULTURA PONTO A PONTO	PROGRAMA ESPECIAL	PARATODOS	DE LÁ PRA CÁ	
20:00	ALMANAQUE	LÁ E CÁ	PARATODOS	AUTOR POR AUTOR	SEGUE O SOM	ARTE COM SÉRGIO BRITO	CONEXÃO ROBERTO DAVILA	
20:15								
20:30	SUSTENTÁCULOS	CARA E COROA	NOVA ÁFRICA	Rede Partido ASSIM QUE FUNCIONA	DE LÁ PRA CÁ	REVISTA DO CINEMA BRASILEIRO		
20:40								
21:00	REPÓRTER BRASIL							ESPORTVISÃO
21:30								
21:45								
22:00								
22:15	BRASILIANAS	OBSERVATÓRIO DA IMPRENSA	PLANETA AZUL	CAMINHOS DA REPORTAGEM	PRESIDENTES	PROGRAMA DE CINEMA	NOVA ÁFRICA	
22:30								
22:40								
22:45								
23:00								
23:15								
23:30								
23:45	RODA VIVA	SAMBA NA GAMBOA	3 A 1	DOC TV IV	PROGRAMA DE CINEMA	SÉRIES 30' REPRISAS E INÉDITAS	CINE IBERMÉDIA	
00:00								
00:10								
00:15								
00:30	MUSICOGRAMA	MAMA ÁFRICA	A GRANDE MÚSICA	AMÉRICA LATINA TAL COMO SOMOS	A TV QUE SE FAZ NO MUNDO	CAMINHOS DA REPORTAGEM	A GRANDE MÚSICA	
00:45								
01:00	REVISTA DO CINEMA BRASILEIRO							
01:15								
01:30								
01:45	SEM CENSURA						SEM CENSURA melhores momentos	DOC TV IV
02:00								
02:15								
02:30								
02:45								
03:00								CURTA BRASIL
03:15								
03:30								

I - INFANTO JUVENIL II - JORNALISMO e ESPORTES III - CULTURA, EDUCAÇÃO, MEIO AMBIENTE, CIÊNCIA
IV - CIDADANIA E DIREITOS HUMANOS V - CINEMA, DOCUMENTÁRIO E DRAMATURGIA

EBC, (2010). Grade Oficial disponibilizada pelo Diretor de Serviços da EBC José Roberto Garcez.

A seguir serão descritas as sinopses de alguns programas que compõe a grade atual da *TV Brasil*, e desta forma garantir a compreensão de sua formatação, dentro das metas gerais para sua Programação previstas de acordo com o Plano de Trabalho 2010 (ver Volume 2 Anexo III – Documentos Oficiais).

Relativamente à Programação da emissora, que tem acompanhamento e supervisão do Conselho Curador, o Plano de Trabalho 2010 estabelece metas específicas a serem implantadas, dentre as quais se destaca a geração e produção de conteúdos.

A emissora de acordo com suas metas entende que se faz necessário empreender esforços no sentido de melhorar a comunicação da programação aos telespectadores, aperfeiçoando sua produção de chamadas e vinhetas, bem como investir na divulgação por meios externos enfatizando a natureza pluralista dos programas e gêneros transmitidos pela *TV Brasil*.

Outra preocupação da Superintendência de Programação da emissora diz respeito a melhoria na gestão da exibição de conteúdos, estabelecendo uma reforma técnica da grade, no que tange à organização das faixas e horários, preservando o sentido conceitual já aprovado pelo Conselho Curador e atendendo às sugestões e críticas feitas por seus telespectadores através da Ouvidoria.

Trabalhar no sentido de criar condições para uma grade que ocupe 24 horas diárias e evitando reprises. Atualmente a emissora transmite em média 20 horas diárias de conteúdos, bem como consolidar a oferta de filmes e documentários, já destacada e aprovada pelos telespectadores de acordo com a pesquisa Datafolha de 2009 (ver Volume 2 Anexo IV, p.153).

Três programas são destacados, segunda a pesquisa Datafolha/2009, na preferência dos telespectadores entrevistados:

- 1 – Programa de Cinema (filmes/documentários), com **34%**;
- 2 – Telejornal Repórter Brasil – Noite, com **31%**;
- 3 – Programa Leda Nagle- Sem Censura, com **26%**.

- **Programa de Cinema:** horários variados à noite, durante o fim de semana (sexta, sábado e domingo).

Exibição de filmes brasileiros de fora do circuito comercial. São produções independentes com temas variados, mas que sempre retratam um lado da cultura brasileira.

- **Repórter Brasil:** às 8h da manhã e às 21h, diário, e aos sábados somente às 21h.

O programa é um telejornal diário na mesma linha dos telejornais comuns das emissoras comerciais. O formato é similar ao de telejornais já conhecidos, com uma âncora em estúdio apresentando as matérias editadas que entram ao longo do programa. O objetivo é manter o telespectador informado sobre os principais acontecimentos, as notícias de última hora, as atrações culturais, as denúncias, dentre outros assuntos de interesse público.

O diferencial do programa é a participação do espectador que não ocorre em outros telejornais de TV comercial. Essa participação se dá através da exibição de matérias feitas diretamente pelo telespectador, algo que caracteriza de algum modo o propósito de uma emissora de televisão pública que é retratar acontecimentos e transmitir os fatos a partir do olhar do cidadão, sem se apropriar de pontos de vista específicos de quem faz o telejornal. As notícias são apresentadas de forma isenta, sem influência de quaisquer dependências políticas, de partidarismos, de linhas ideológicas pré-definidas ou sequer da lógica comercial e de mercado, como no caso de telejornais de emissoras comerciais que muitas vezes veiculam ou deixam de veicular informações de interesse do cidadão devido às pressões políticas, às questões publicitárias ou qualquer outro tipo de “bloqueio”.

(...) a participação da sociedade na produção de conteúdos tem como principal instrumento o quadro do Repórter Brasil chamado O Outro Olhar. Estamos investindo em tecnologia da informação para que em breve tenhamos outras formas de exercício do jornalismo colaborativo. O programa Tela Digital é outra porta aberta para o vídeo colaborativo, este de natureza não-jornalística, mas artística (CRUVINEL, 2010).

O Repórter Brasil destaca os principais fatos ocorridos no país todo e não só em regiões economicamente mais desenvolvidas, ou de forma segmentada, como é comum em noticiários breves direcionados a apenas um estado. É dada devida importância a todas as regiões do Brasil, inclusive àquelas que costumam ser esquecidas. O objetivo é que toda a população se veja representada étnica, social e culturalmente, e que a atração passe credibilidade e reflita a sociedade brasileira.

No âmbito internacional, também há destaque para notícias de outros países, como em qualquer telejornal, com a diferença de que o foco da atração não é só atualizar o telespectador repetindo as mesmas notícias sobre os mesmos cantos do mundo, muito pelo contrário, valoriza-se muito o que acontece na América Latina e principalmente no continente africano, onde se encontra boa parte das raízes do povo brasileiro. Esse é um propósito da TV pública a ser cumprido, dar atenção e destaque ao continente africano, à sua cultura, seu povo e suas tradições que tanto ajudaram na construção da identidade nacional do Brasil.

A necessidade de clareza e objetividade também é facilmente notada no programa, que dedica tempo para detalhar aquilo que exhibe, além de contar com profundidade ao transmitir as notícias não só com o intuito de informar, mas de conscientizar e fazer com que a informação em si faça algum sentido na vida do cidadão, além de simplesmente mantê-lo atualizado.

O telejornal é transmitido para vinte e dois estados brasileiros através de emissoras públicas, em sua maioria educativas, com quem a *TV Brasil* tem parceria. Essas emissoras também cedem materiais para serem utilizados no programa. Conta com três equipes, uma situada no Rio de Janeiro representada pela âncora Luciana Barreto, uma em São Paulo representada pelo âncora Florestan Fernandes Jr, e outra em Brasília comandada por Lincoln Macário. A direção de jornalismo é de Helena Chagas.

- **Sem Censura:** às 16 h de segunda a sexta, e reprise de segunda à quarta 01h10, quinta meia noite e meia, e sexta 1h15.

O programa de entrevistas *Sem Censura* tem um enfoque para a prestação de serviços, formador de opinião, sem privilegiar correntes políticas, e oferece aos convidados e telespectadores, a oportunidade de expressarem o que sentem. O programa tem alcance nacional, e busca também mostrar o painel cultural brasileiro, composto por diversidades, mas ao mesmo tempo com possibilidades e oportunidades para todos.

- **Caminhos da Reportagem:** 22 horas, às quintas-feiras, com reprise aos sábados, à meia-noite.

O programa exhibe reportagens realizadas em locais remotos do país retratando os costumes das populações que lá vivem. No episódio exibido em 24 de junho de 2010, a equipe percorreu as regiões de Campina Grande, PB, Caruaru, PE e Senhor do Bonfim, BA, mostrando as comemorações juninas em homenagem a São João e apresentando as particularidades de um evento para a outro em cada cidade. São festas típicas muito apreciadas e *Caminhos da Reportagem* mostrou a produção local de licores e fogos de artifício artesanais, os blocos de São João e a guerra de espadas.

- **Conexão Roberto D'Ávila:** 20 horas, aos domingos.

Programa de entrevistas comandado pelo jornalista Roberto D'Ávila. Toda semana o apresentador recebe um convidado de renome nacional e/ou internacional, expondo os pensamentos desses importantes personagens da cultura e contribuindo para a formação da memória viva do país. Conta com o apoio cultural da Petrobras.

- **De Lá pra Cá:** 18 horas, aos domingos.

Apresentado por Ancelmo Gois e Vera Barroso. No programa é discutida a trajetória de um tema específico pelos anos, relacionando com política e economia. No mês de junho o programa apresenta uma série especial sobre a participação do Brasil nas Copas

do Mundo. No último capítulo que foi ao ar no dia 27 de junho de 2010, os apresentadores discutiram a conquista do pentacampeonato brasileiro no Mundial.

- **Jornal Visual:** 7 horas e 50 minutos, de segunda a sexta;

Proposta inovadora de levar à comunidade de surdos o primeiro telejornal diário do Brasil. Visa informá-los com as principais notícias do mundo e também de seu próprio universo, promovendo inclusão social com conteúdo inteiramente traduzido para a Língua Brasileira de Sinais.

- **Nova África:** 20 horas e 30 minutos às quartas-feiras, com reprises aos domingos, 22 horas e 30.

Os programas tratam, a cada episódio, de mostrar em profundidade a realidade de um país africano. No dia 13 de junho de 2010, abordou a Costa do Marfim: sua política, economia e as preparações para a torcida contra o Brasil nos jogos da Copa do Mundo. No dia 21, foi a vez de Gana, mostrando a relação estreita que o país ainda mantém com o Brasil.

- **Observatório da Imprensa:** às 22 horas, todas as terças.

Versão televisiva do site de mesmo nome criado pelo Laboratório de Estudos Avançados em Jornalismo da UNICAMP (LABJOR). Conta também com uma versão para rádio. É um programa interativo, cujo telespectador pode participar pelo telefone e pela internet. Seu público é composto por formadores de opinião e seu intuito é aumentar a participação da sociedade juntos aos assuntos de seu interesse. Apresentado por Alberto Dines.

- **Papo de Mãe:** 19 horas, aos domingos.

Projeto idealizado pelas jornalistas e amigas Mariana Kotscho e Roberta Manreza. No programa são discutidos assuntos relacionados à maternidade e educação de crianças, como adoção, prevenção de acidentes domésticos e conciliação com a carreira. Conta com a opinião de especialistas e convidados com boas histórias para compartilhar com a audiência.

- **Esportvisão:** 21 horas, aos domingos.

Programa de esportes interativo. Traz convidados ilustres para discutir as novidades e polêmicas do futebol da atualidade.

- **Stadium:** 15 horas, aos domingos.

Aborda de maneira diferenciada os demais esportes praticados no Brasil. Comenta e procura apoiar os atletas incapazes de viver do esporte, mas que são promessa de títulos para o país. Traz convidados diversos para discutir as novidades do mundo dos esportes. É apresentado por Rosana Mattos e Nana Vasconcelos.

- **A TV que se Faz no Mundo:** meia-noite, às quartas.

Série com cerca de 50 episódios que mostra a produção televisiva de vários países pelo mundo. Cada capítulo mostra o povo, sua cultura e os impactos da televisão sobre a audiência.

- **Curta Brasil:** 22 horas e 30, aos domingos.

Espaço dedicado a exibição de produções audiovisuais independentes brasileiras de curta e média metragem.

- **Os Presidentes da América Latina:** 22 horas, às sextas-feiras.

Série de 11 documentários de 60 minutos sobre presidentes de países latino-americanos com entrevistas com respectivos governantes, que relatam suas trajetórias da infância à conquista do poder político. Início com Cristina Kirchner, presidente da Argentina. Em 25 de junho foi ao ar o programa com Hugo Chávez, polêmico presidente venezuelano.

- **Tal Como Somos:** às 18 horas e 30, diariamente, e também as sextas, meia-noite e meia.

A produção exhibe panorama inédito da arte, cultura e história dos povos latino-americanos com documentários produzidos em diversos países, como Argentina, Bolívia, Colômbia, Cuba, entre outros.

- **Três a um:** às 23 horas, às quartas-feiras, com duração de uma hora.

O programa tem formato jornalístico e se enquadra na categoria de programas de reflexão, que tem por objetivo a discussão de diversos pontos de vista sobre algum assunto que reflita questões da sociedade ou que de alguma maneira seja de interesse público.

A atração acontece por meio de duas formas específicas: debates ou entrevistas. No caso dos debates, o objetivo principal é atingir um nível de profundidade superior ao que é comum no jornalismo televisivo, atendendo a uma das principais propostas jornalísticas da TV pública, que é a capacidade de aprofundar ao máximo as discussões. A partir desse princípio, o assunto a ser abordado no programa deve ser discutido pelos convidados, tanto entrevistado quanto entrevistadores, com clareza, profundidade e de modo a acrescentar ao telespectador. Os pontos de vista e questionamentos devem ser expostos de forma que não se tenha apenas uma discussão sofista quanto ao assunto abordado, mas abdicando da superficialidade e desmembrando aquilo que é inerente ao tema debatido, para poder assim compreender melhor não só a discussão e os pontos de vista, mas também chegar a conclusões capazes de agregar algo ao público.

Quanto aos temas abordados, é essencial tratar daquilo que é importante na atualidade, visando sempre a transmissão de informação, independente de áreas, pessoas ou

assuntos, e garantindo a qualidade da execução. As entrevistas são organizadas de modo que o convidado tenha direito a fazer um único contra-ataque a respeito do que lhe é perguntado.

O convidado a ser entrevistado é escolhido a partir do momento que se define o tema, tal como os outros convidados entrevistadores/ debatedores, que são em sua maioria jornalistas relacionados de alguma maneira ao assunto abordado pelo programa naquela determinada data.

Outro quesito importante na escolha do tema é garantir que seja algo capaz de sustentar uma discussão. Desse modo, é comum que os temas sejam polêmicos para incentivar o debate. Para exemplificar, o programa do dia 30 de junho de 2010 trata da proposta do novo Código Florestal Brasileiro, projeto do deputado Aldo Rebelo do Pcdob-SP, que é o convidado a ser entrevistado sobre este tema. No caso do programa citado neste exemplo, a polêmica se dá devido aos pontos de vista opostos dos ambientalistas e dos ruralistas. Enquanto os primeiros acusam o novo código proposto pelo entrevistado de contribuir para o incentivo do desmatamento, os outros se opõem, alegando que há um equilíbrio importante gerado pelo novo código. Para debater o assunto, além do entrevistado, foram convidados os jornalistas Mauro Zanatta, do *Valor Econômico*, e Cláudio Ângelo, Editor de Ciências da *Folha de S. Paulo*.

A apresentação e mediação do programa é feita pelo jornalista Luiz Carlos Azedo, experiente em coberturas tanto de temas políticos quanto de assuntos mais generalizados. A equipe de produção do programa em São Paulo é formada por Luciana Lajus, Marly Mora, Priscila Cestari e Rose Nogueira. Quem assina a direção de jornalismo da EBC - Empresa Brasil de Comunicação é Helena Chagas.

- **100% Brasil:** às 12 horas, de segunda-feira à sexta-feira. com reprises aos sábados às 14h30.

O programa é feito no formato de série e conta com dezoito episódios. A atração se enquadra na categoria dos programas de arte, cultura e entretenimento com o propósito de prestação de serviços acerca de assuntos referentes à atualidade.

Como sugere o próprio nome do programa, o objetivo é a abordagem de conteúdos efetivamente brasileiros, isto é, valorizar a cultura brasileira e a diversidade presente no país. Um dos propósitos de se ter uma TV pública é exatamente a valorização de tudo aquilo que caracteriza a participação marcante de contribuições regionais, tanto sob o aspecto cultural quanto social. O 100% Brasil contribui, portanto, para que o telespectador conheça as diversas culturas que constituem a cultura brasileira, evitando a concentração da programação em uma única cultura central.

Para isso, um diferencial muito relevante do programa é que a série conta com várias locações. Dentre elas estão Abrolhos, Belém, Congonhas do Campo, Itajaí, Londrina, Parintins, Pomerode, Recife, Rio de Janeiro, Salvador, São Luis etc. Como é possível perceber, as cinco regiões do país estão representadas de alguma maneira através dessas locações, reafirmando o caráter regional da atração. Além destas locações, o programa viaja pelo país para mostrar a importância da biodiversidade ao longo de seus dezoito episódios.

Os temas principais abordados pela série se relacionam às áreas de cultura, tal como a diversidade dos povos que aqui vivem, a riqueza das diferenças culturais na dança, nas artes plásticas, na moda, no cinema e na música, apresentando especialmente o carnaval e a bossa nova que são fortes representações brasileiras em outros países. Um episódio recente da série que abordou dois elementos reconhecidamente brasileiros: os talentos do futebol e o samba tradicional carioca, ambos como parte de projetos de cidadania criados por instituições existentes em comunidades carentes, serve de exemplo do que é o 100% Brasil.

Há ainda temas relacionados aos projetos de defesa do meio ambiente que lutam para preservar os recursos naturais, tal como o Projeto Tamar e o Instituto Baleia Jubarte, ambos direcionados à proteção e preservação dos animais; à saúde, tal como as descobertas da medicina, a participação do Brasil no seqüenciamento do DNA do Projeto Genoma, as pesquisas com células-tronco e clonagem, e o Programa Nacional de DST e AIDS, por exemplo, que se encontra entre os melhores do mundo; e aos avanços tecnológicos, com enfoque no que o Brasil oferece ao cenário mundial tanto em exportação, quanto cientificamente e tecnicamente. Para isso, são feitas matérias a respeito dos principais produtos exportados e visitas às empresas exportadoras. Os episódios são divididos dentre

estes temas, e contam um pouco da história do país através dos elementos que compõem o povo brasileiro.

A apresentação do programa fica por conta de Tracy Segal. A coordenação de produção é de Cláudia Lima, produção executiva de Luis Antonio Silveira, roteiro original de Nayse Lopes e direção geral de Belisario Franca e Bebeto Abrantes.

- **Um menino muito maluquinho:** às 10h30, de segunda-feira a domingo. Cada episódio da série tem duração de trinta minutos e é exibido. As reprises vão ao ar de segunda-feira a sexta-feira, às 14h30.

O programa é feito no formato de série e está na categoria dos programas infantis. Cada episódio tem um tema diferente que leva à identificação do telespectador com o personagem, provocando reflexões sobre a realidade e os conflitos das diferentes idades.

Os episódios não são necessariamente sequenciais, até porque o objetivo não é amarrar a história, embora ela seja ficcional, e sim ensinar conceitos de bom comportamento e valores morais, transmitindo mensagens positivas que colaborem no processo educacional das crianças que compõem o público alvo da série. O valor educativo é sempre muito presente em uma TV pública, e os programas procuram contribuir com a sociedade através da prestação de serviços. No caso dos programas infantis, esta contribuição se dá em sua maioria por meio do viés educacional.

O programa é baseado no personagem Menino Maluquinho, do livro que leva o mesmo nome, criado por Ziraldo. O personagem é apresentado na série em três idades diferentes: aos cinco, aos dez, e aos trinta anos, sempre conservando as características que o diferenciam, ou seja, a liderança inata, a inteligência, a criatividade, a esperteza, a rapidez, etc. Além do Menino Maluquinho, os outros personagens também acrescentam à série. Dentre esses personagens encontram-se os pais e o avô do garoto que são muito atenciosos e sempre ensinam alguma coisa ao filho/ neto - e conseqüentemente aos telespectadores; o melhor amigo com quem ele partilha as aventuras; a garota por quem ele é apaixonado representando os namoros infantis e a presença feminina; e a professora sempre prestativa e disposta a contribuir no aprendizado.

Percebe-se, portanto, que através do personagem principal, a série não só direciona o espectador a todas as instituições que uma criança deve pertencer: família, grupo de amigos e escola, como também demonstra e ensina às crianças que assistem qual tipo de relação deve existir por parte delas com cada uma dessas instituições. O ensinamento não se dá só para as crianças, mas também para os adultos que compõem as instituições anteriormente mencionadas, pois estes aprendem como fazer seu papel dentro da sociedade.

Para cada episódio é estabelecido um tema muito específico relacionado ao cotidiano e às questões vividas por crianças em geral. Entre estes temas estão identidade, quem somos e como as pessoas nos enxergam, a passagem do tempo e os aniversários, o primeiro dia de aula, os novos amigos, a relação entre meninos e meninas, o *bullying*, os conceitos de beleza, o respeito, a amizade, o amor pela família, o ego, a alimentação, a morte, dentre outros. No episódio “Por que comigo?”, por exemplo, o Menino Maluquinho aos dez anos, defende um garoto vítima de *bullying*, porque ele já teria passado pela mesma situação aos cinco anos, e já aprendeu que não se deve discriminar aqueles que são diferentes. Outra característica comum da série são as passagens de tempo, onde os personagens aparecem em diferentes idades quando necessário, para contar a história proposta.

Como na maioria dos programas infantis, há uma valorização do que é moralmente correto e todo episódio tem uma moral da história no final, destacando qual foi a lição do dia e o que se espera que o Menino Maluquinho - e o público tenham aprendido.

O Menino Maluquinho é interpretado por Felipe Severo aos cinco anos, Pedro Saback aos dez anos e por Fernando Alvez Pinto aos trinta. O elenco conta ainda com Maria Mariana, Eduardo Galvão e Antônio Pedro Borges, além de um vasto grupo de crianças que aparecem em menor escala. O roteiro é de Anna Muylaert que também assina a adaptação para TV ao lado de Cao Hamburger. A direção é de Cesar Rodrigues e a supervisão geral de produção é de Maria Inês Landgraf.

- **Aborrecentes:** às 19 horas, às quartas-feiras.

O programa é feito no formato de série e está na categoria da programação voltada ao público juvenil. A série dividida em episódios não é seqüencial, mas os personagens são

sempre os mesmos. Um grupo de pré-adolescentes por volta dos catorze anos, composto por três meninos e três meninas, vivencia situações comuns da adolescência.

A temática da série se concentra na descoberta feita pelos garotos de que a infância está ficando para trás e que um mundo cheio de coisas novas e de possibilidades se apresenta para eles. A série que também segue a linha educativa, como a maioria dos programas de TV pública, conscientiza esses personagens no intuito maior de conscientizar e auxiliar os jovens telespectadores no entendimento das mudanças que acontecem na transição entre a fase infantil e a fase adulta.

O objetivo maior é demonstrar através dos personagens e das lições de moral dadas ao longo da história de cada episódio, qual comportamento deve ser exercido pela juventude para que haja um melhor funcionamento da sociedade.

Além disso, a série procura ser divertida e leve, atraindo a atenção do público adolescente que se interessa pelos assuntos tratados.

A estrutura das relações sociais e a independência que se adquire na juventude permeiam boa parte dos episódios. Exemplo disso é o episódio “Verdade ou prenda” exibido no dia 30 de junho de 2010, onde a turma decide brincar de verdade ou consequência, um dos jogos mais famosos entre os adolescentes desde os últimos vinte anos, no mínimo. O objetivo da brincadeira é descobrir um segredo de uma das personagens. É com temas como esse que o programa se insere no cotidiano juvenil. *Aborrecentes* é uma produção canadense.

- **Cozinha Brasil:** às 14h30, aos sábados.

O programa, aparentemente, segue a linha dos programas de culinária comuns da televisão, e se enquadra na categoria dos programas educativos e de cidadania, sem deixar de lado a prestação de serviços. Porém, são muitos os pequenos detalhes que o diferenciam.

Por exemplo, ao invés de uma apresentadora e uma convidada culinária, como é comum nos programas de TV comercial, são os profissionais do SESI que ensinam as receitas para os telespectadores.

A receita deve visar uma boa refeição, caracterizada por qualidade, economia e sabor, atendendo assim verdadeiramente às necessidades do público. Os alimentos devem

ser aproveitados por completo, valorizando a economia e a boa nutrição. Por se tratar de um programa educativo e de cidadania, são comuns as receitas nutritivas e pouco calóricas, que contribuam para a formação de uma alimentação saudável e bem balanceada.

Além disso, são trinta unidades móveis equipadas com cozinha experimental, onde os instrutores e nutricionistas ministram seus cursos gratuitos e ensinam as receitas. Nota-se o caráter educativo da atração.

Outra característica também presente no programa Cozinha Brasil comum em atrações de rede pública é o destaque dado aos regionalismos. As receitas são sempre variadas, misturando ingredientes de todas as regiões, para haver uma representação completa e real do nacional, da verdadeira culinária brasileira, sem se restringir somente a algumas regiões.

São várias receitas dadas no mesmo dia, tal como no programa exibido dia 26 de junho de 2010, onde o Cozinha Brasil foi para o Rio Grande do Sul passar receitas típicas da região. Além da cozinha e da própria receita, também é possível ver a paisagem local, destacando imagens da natureza que valorizem não só as plantações de cada estado, mas o Brasil em sua diversidade cultural, natural e alimentícia.

- **Som na rural:** às 18h30, aos domingos, com duração de uma hora.

O programa é uma série dividida em vinte e seis episódios. Embora o nome sugira que se trata de um programa classificado na categoria dos musicais, a proposta em si é muito mais similar a um programa de entrevistas e bate-papo do que a um musical, ainda que as canções se façam presentes.

Ainda quanto ao título do programa, há uma ambiguidade, pois a rural a qual o nome da atração se refere pode ser interpretada de duas maneiras: tanto como zona rural, pois as locações do programa são todas em Recife, Olinda, dentre outras cidades do Nordeste, como também fazendo referência à caminhonete Rural Willys, que serve de estúdio móvel ambientado para a gravação do Som na rural.

O programa começa dentro da Rural Willys, onde o apresentador e articulador cultural Roger de Renor recebe convidados músicos que tocam cerca de seis músicas. Entre uma música e outra, apresentador e banda tem uma conversa informal e passeiam pela

cidade onde o programa está sendo gravado, mostrando parques, praças, paisagens naturais nordestinas em geral. É um programa com viés bastante regionalista, tendo como objetivo destacar a região do Nordeste que é frequentemente esquecida no cenário brasileiro. Além do aspecto regionalista e de valorização ambiental ao mostrar as belezas nordestinas, há também a representação da cultura nordestina através das músicas locais e dos cenários de pano de fundo, que vão passando enquanto a caminhonete se locomove.

Como um adicional aos momentos musicais, às entrevistas e ao bate-papo, são feitas vinhetas especiais e poéticas, sonoras e uma matéria que é inserida ao longo da atração, falando um pouco sobre a trajetória e os projetos do artista convidado.

Por fim, o trajeto termina em um set que fica montado em algum lugar público. Os convidados, além de apresentarem suas músicas e seu repertório, ainda indicam outra banda ou outro artista conhecido por eles, e geralmente desconhecido no cenário musical para participar do programa. Este é um meio de divulgar novos músicos que ainda não despontaram na cena local, valorizar a diversidade cultural e destacar os regionalismos. Tal como se espera de uma TV pública, o caráter da programação é beneficiar o telespectador com prestação de serviços, propostas educativas e representativas culturalmente e socialmente.

A equipe do Som na rural é formada basicamente pelo apresentador Roger de Renor, pela produção coordenada por Clarice Hoffmann, e pela direção geral de Eduardo Homem e Nilton Pereira.

- **Roda Viva:** 22h40, às segundas-feiras, produzido pela TV Cultura

O programa tem formato jornalístico, e se enquadra na categoria de jornalismo público, com o intuito não só de informar, mas principalmente de trazer ao programa temas atuais considerados relevantes para a sociedade, fazendo seu papel de prestador de serviços e disponibilizando o espaço necessário para que assuntos importantes sejam discutidos de forma aprofundada e clara, atualizando o telespectador acerca dos acontecimentos e questões do país. Para isso, conta com a participação de convidados das áreas mais diversificadas, dentre elas, arte, política, educação, saúde, cultura, esporte, economia, comunicação, etc.

Considerado um dos programas de entrevista mais importante da televisão brasileira, o Roda Viva conta com um acervo respeitável de temas e personalidades, além de ter se firmado como uma das atrações de maior status por seu caráter de aprofundamento dos debates de forma democrática e reflexiva. Os temas são eleitos de acordo com o nível de interesse público de cada assunto, sempre visando informar, conscientizar e oferecer qualidade ao telespectador, dentro das vertentes propostas pela TV pública.

A realização acontece da seguinte maneira: ao ser escolhido o entrevistado, geralmente é exibida uma breve matéria situando o telespectador a respeito do convidado, das contribuições que este já prestou para a sociedade, do foco de sua carreira e do que está sendo feito por ele no momento, o que provavelmente se torna o mote da entrevista. Ele se senta no centro do cenário com formato circular e se coloca diante de vários jornalistas e especialistas convidados para questionar, expor opiniões e esclarecer as questões relevantes para a sociedade. Ainda que o programa seja em forma de entrevista, onde o convidado é perguntando pelos jornalistas um a um, com a mediação do apresentador, algumas vezes a entrevista acaba se transformando em debate, quando se trata de assuntos mais polêmicos.

A presença destes convidados serve muitas vezes para esclarecer questões pouco difundidas ou assuntos tratados de forma superficial em outras ocasiões. No programa Roda Viva com o Ministro das Comunicações, Hélio Costa exibido em dezembro de 2009, por exemplo, foram esclarecidas de forma profunda e objetiva questões essenciais de serem discutidas, tal como a implantação da TV digital, as concessões de emissoras de rádio e televisão, o acesso à internet e à telefonia celular, dentre outros assuntos de interesse público que precisam ser tratados até que haja esclarecimento real e concreto para a sociedade.

A frente da atração está o apresentador Heródoto Barbeiro, jornalista renomado e idealizador da Rádio CBN. O chefe de redação é Sérgio de Castro e quem assina a direção é Marcelo Bairão.

- **A turma do Pererê:** às 10h, de segunda-feira a domingo, com reprises de segunda-feira a sábado, às 12h30.

O programa é feito no formato de série e um episódio não está diretamente ligado ao outro. As histórias são contadas do começo ao fim dentro de cada episódio, desse modo, repetem-se os personagens já conhecidos do público, mas os temas são individuais. A atração é voltada para o público infantil e utiliza recursos de linguagem audiovisual similares aos de histórias em quadrinhos.

Trata-se de uma dramaturgia que em alguns momentos faz uso de animação e de muita música. As letras das canções são fáceis de decorar, repetitivas e transmitem alguma mensagem positiva, ensinando literalmente os telespectadores. Nota-se o caráter educativo da emissora de TV pública através da série, aliás, este propósito educativo bastante evidente em toda a programação é mais claro ainda quando se trata dos programas infantis. Embora a série faça uso de elementos do universo infantil e os próprios personagens representem crianças em seu comportamento e caracterização, a temática em si é um pouco mais aprofundada e clara do que na maioria dos programas voltados para o público infantil.

Os assuntos mais comuns a serem abordados são relacionados de alguma maneira à natureza, ao convívio do homem com o meio ambiente, à diversidade natural do país, tanto no aspecto geográfico, quanto cultural ou até mesmo na própria biodiversidade. A profundidade dos temas passa por questões muitas vezes polêmicas e bastante discutidas entre os adultos, o que faz da série não só um produto de entretenimento para crianças, mas um veículo, por assim dizer, de incitação de discussões e debates, além de exercer papel educativo de conscientização das crianças a respeito de temas como o desmatamento, a extinção de alguns animais, a poluição, as queimadas, etc.

Para situar o telespectador na floresta de forma com que esse se sinta identificado, os personagens são todos componentes do povo brasileiro, e não só do povo, mas da fauna também. A caracterização é bem exagerada. Alguns atores se vestem de macacos, outros de tartarugas, coelhos, dentre outros bichos, todos falantes, representados de forma similar ao ser humano, ou seja, com sentimentos, valores morais e familiares, raciocínio lógico, inteligência, bondade, dentre outras características inerentes à raça humana. Além dos bichos, também fazem parte da turma um personagem indígena e um negro. O indígena se veste tal como os índios eram retratados na época da chegada dos portugueses ao Brasil, semi-nu, com um arco-e-flecha e colares feitos de materiais naturais encontrados na mata. O negro é retratado na figura do saci pererê, representando o povo africano e o folclore

brasileiro. Há ainda a presença de algumas personagens brancas. A união de toda a turma é o retrato do povo brasileiro e de suas misturas; e a boa relação entre todos eles é o exemplo de como deve se conviver com a natureza.

Alguns dos cenários vistos em A Turma do Pererê são os principais recantos naturais do Brasil, tal como a Amazônia, o Pantanal, as Cataratas do Iguaçu e a Chapada Diamantina, cada um responsável por representar um canto do país, valorizando assim os regionalismos, outra vertente presente nas propostas da TV pública.

A série é uma adaptação feita por Wilson Rocha da obra do escritor e cartunista Ziraldo Alves Pinto. Quem assina a direção geral é Sonia Garcia.

- **Samba na gamboa:** à meia noite, às terças-feiras, com duração de uma hora.

O programa Samba na gamboa é uma atração não-ficcional que se enquadra na categoria dos musicais. A série é dividida em vinte e seis episódios apresentados semanalmente.

Como o próprio nome sugere, o ritmo que manda no programa é o samba, conhecido internacionalmente como símbolo da cultura brasileira e da influência africana na construção da música nacional. A outra metade do nome do programa se refere ao bairro carioca da Gamboa, conhecido como coração do samba e do choro na cidade do Rio de Janeiro, uma das mais significativas quando se trata de representar as brasilidades. É no Trapiche Gamboa onde ocorrem as gravações do programa. A locação tem decoração rústica e visualmente carioca. É possível perceber a valorização não só da estética nacional e da marca registrada do regionalismo, mas também sob o próprio aspecto cultural, por se tratar do samba, ritmo que por si só já é retrato do Brasil, contendo letras geralmente dedicadas a falar de características do povo brasileiro, de sua cultura, de sua organização social, de suas paisagens naturais, de sua pluralidade, inclusive musical.

O programa segue a proposta de uma emissora de TV pública ao cumprir com o ideal de valorizar o nacional, levar a cultura de uma determinada região à outra e vice-versa, exercer papel educativo e apostar em temas culturais.

O programa conta ainda com temas e a escolha dos músicos muitas vezes se dá devido a esses temas. O tema é sempre relacionado ao samba e a algum aspecto social ou

cultural, proporcionando discussões que acrescentem ao telespectador acerca do assunto. O sambista convidado apresenta músicas diversas, dentre elas, composições que contenham elementos relacionados ao que está sendo discutido no episódio.

A participação do convidado não acontece somente através da música, pois além de cantar e tocar nas noitadas de samba criadas pelo programa, os músicos são entrevistados e participam de um bate-papo informal com o também sambista e apresentador Diogo Nogueira, que é quem comanda a atração. Devido ao vasto repertório do apresentador e de sua representatividade musical, ele interage com os convidados e também apresenta suas músicas.

Diferente da maioria dos programas musicais da televisão, principalmente das emissoras comerciais, o Samba na Gamboa é restrito ao samba de raiz, independente da época. Assim, são muitos os nomes de peso a compor a roda de samba, tal como Arlindo Cruz, Beth Carvalho, Paulinho da Viola, Walter Alfaiate, dentre outros nomes da nova geração, como Dudu Nobre, Roberta Sá, Mart'nália, etc.

Além do apresentador já mencionado, Diogo Nogueira, a equipe conta com coordenação de produção de Cláudia Lima, roteiro de Bianca Lenti, direção de Alexandre Montoro e direção geral de Belisario Franca.

4.4. Evolução da grade de programação e breve análise comparativa

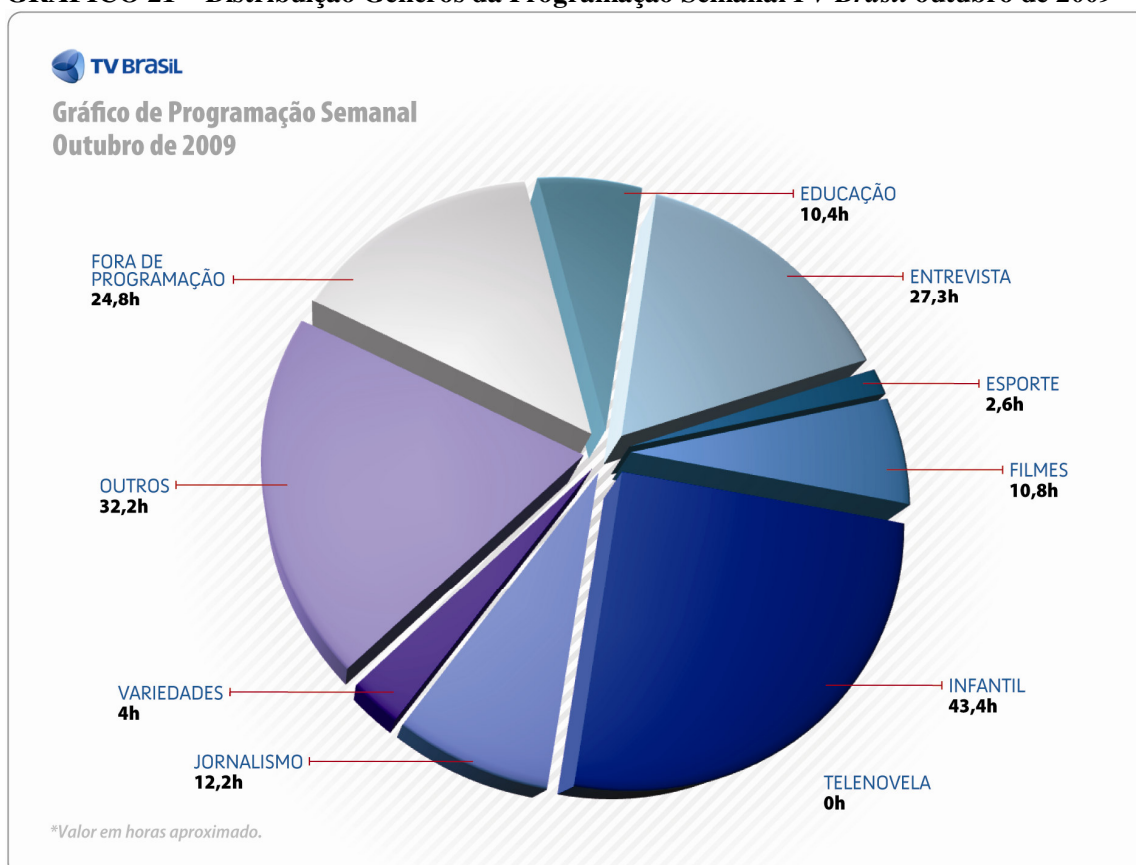
Segundo a Pesquisa SECOM de março de 2010, 36,8% das 12.000 pessoas entrevistadas, em um universo de 924 pontos amostrais, de 539 municípios em todos os Estados da Federação, disseram já terem ouvido falar da *TV Brasil*, porém apenas 17,8% costumam assistir sua programação. Ainda segundo a mesma pesquisa, os entrevistados com renda familiar mais baixa (menos de dois salários mínimos) são os que revelam maior desconhecimento da *TV Brasil*.

Embora a pesquisa apresente dados de que a emissora não é conhecida pela população de baixa renda, Tereza Cruvivel (2010) argumenta, “quanto ao baixo conhecimento nas classes populares, acredito que ele está sendo superado. As medições diárias do IBOPE vêm revelando um crescimento acumulado de audiência nas classes C, D

e E, e principalmente na emergente classe C”. Ainda de acordo com a diretora presidente da emissora, “a construção da TV pública é um desafio prolongado. Em nossa gestão, muito já foi feito, mas nossos sucessores – e estou falando não só por mim, mas por toda a diretoria pioneira da EBC – terão ainda muito que fazer”.

De acordo com o resultado da pesquisa realizada neste trabalho durante a semana de 26 de outubro a 01 de novembro de 2009, ver (GRÁFICO 21), das 142,9 horas de conteúdos exibidos semanalmente naquele ano, 43,4 horas foram destinadas a programas voltados ao público infantil, embora não produzisse nenhum dos programas, a emissora buscou selecionar conteúdos que somassem entretenimento de qualidade com educação. Por outro lado, transmitiu apenas 2,6 horas de programas esportivos, o que pode sugerir um perfil da grade de programação mais voltado aos conteúdos de cidadania, cultura, educação, direitos humanos, meio ambiente, ciência, filmes, documentários, curtas-metragens, jornalismo, entrevista e também variedades.

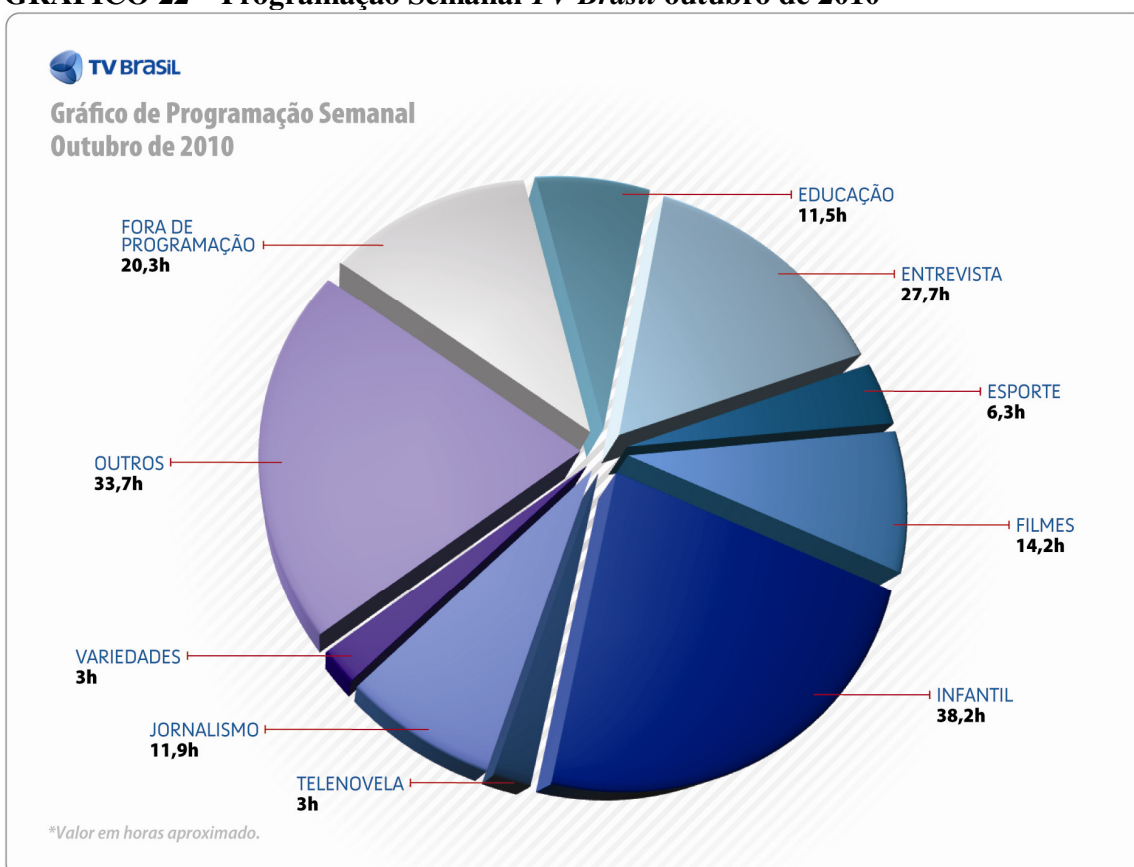
GRÁFICO 21 – Distribuição Gêneros da Programação Semanal TV Brasil outubro de 2009



BURINI, 2010, gráfico elaborado a partir de dados oficiais disponíveis no site da TV Brasil durante a semana de 26 de outubro a 01 de novembro de 2009.

Um ano depois, em 2010, no mesmo mês de outubro durante o período de 11 a 17, o resultado apresenta um aumento de 4,5 horas de programação no ar, ou seja, um aumento da exibição da grade, atendendo as suas metas para o ano. Outra mudança positiva foi o aumento de 2,6 horas para 6,3 horas destinadas a programas do gênero esportes, e a inclusão de 3 horas semanais para o gênero telenovela, anteriormente excluído da grade, conforme (GRÁFICO 22).

GRÁFICO 22 – Programação Semanal TV Brasil outubro de 2010

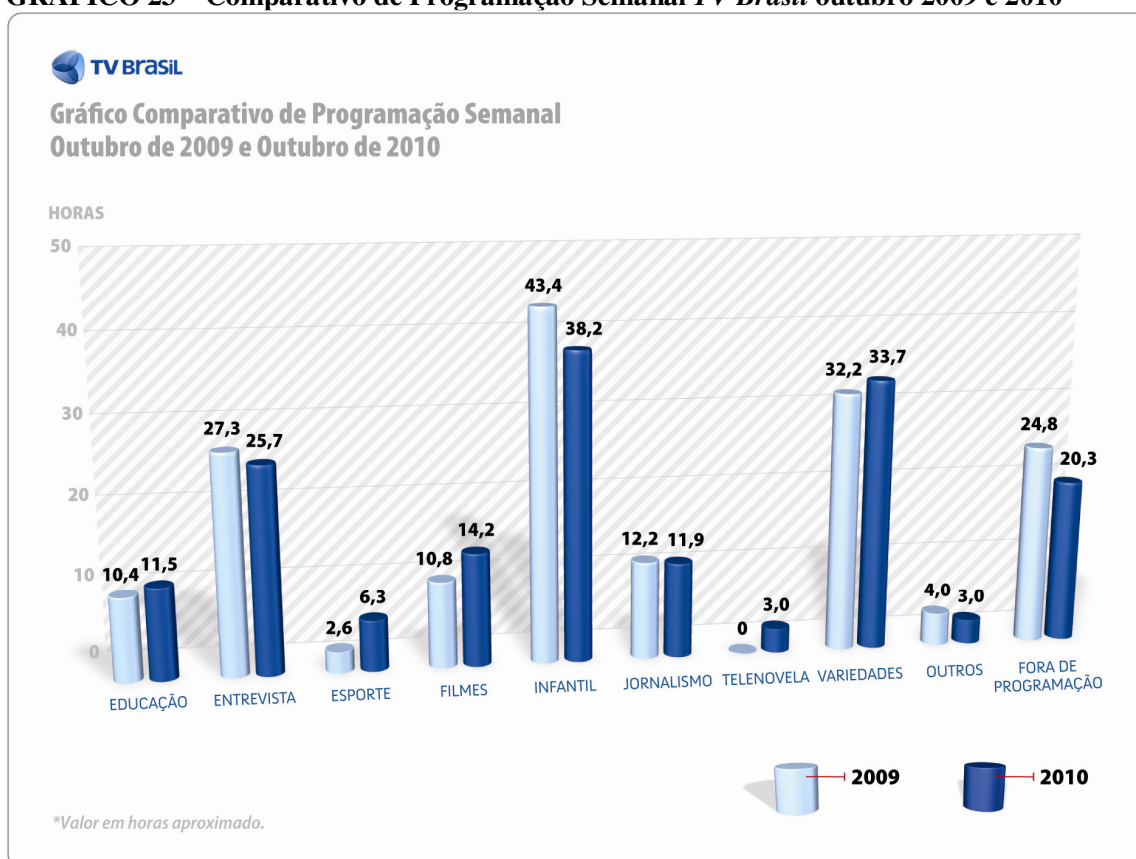


BURINI, 2010, gráfico elaborado a partir de dados oficiais disponíveis no site da *TV Brasil* durante a semana de 11 a 17 de outubro de 2010.

Os números apontam em direção a uma grade de programação com melhor distribuição dos gêneros, equilibrando as ofertas de programas infantis, 38,2 horas semanais com outros gêneros no volume de 33,7 horas. Essa tendência a valorizar novos formatos representa um relevante aprimoramento da grade por faixa de horário, privilegiando assim a pluralidade de interesses de seus telespectadores, que agora contam com programas de inéditos e variados. Um destaque para o gênero entrevista que permaneceu com a oferta de horas semanais muito parecida com o ano anterior, 27,7 horas contra 27,3 horas em 2009.

No comparativo entre as duas amostras observa-se que o gênero educação ainda permanece com uma média de horas consistente na grade 10,4 horas em 2009 e 11,5 horas em 2010 e atua em consonância com os conteúdos infantis e os relacionados ao meio ambiente e cidadania. Ao analisar o gráfico é nítida a presença do gênero infantil, ocupando 38,2 horas da programação semanal, conforme (GRÁFICO 23).

GRÁFICO 23 – Comparativo de Programação Semanal TV Brasil outubro 2009 e 2010



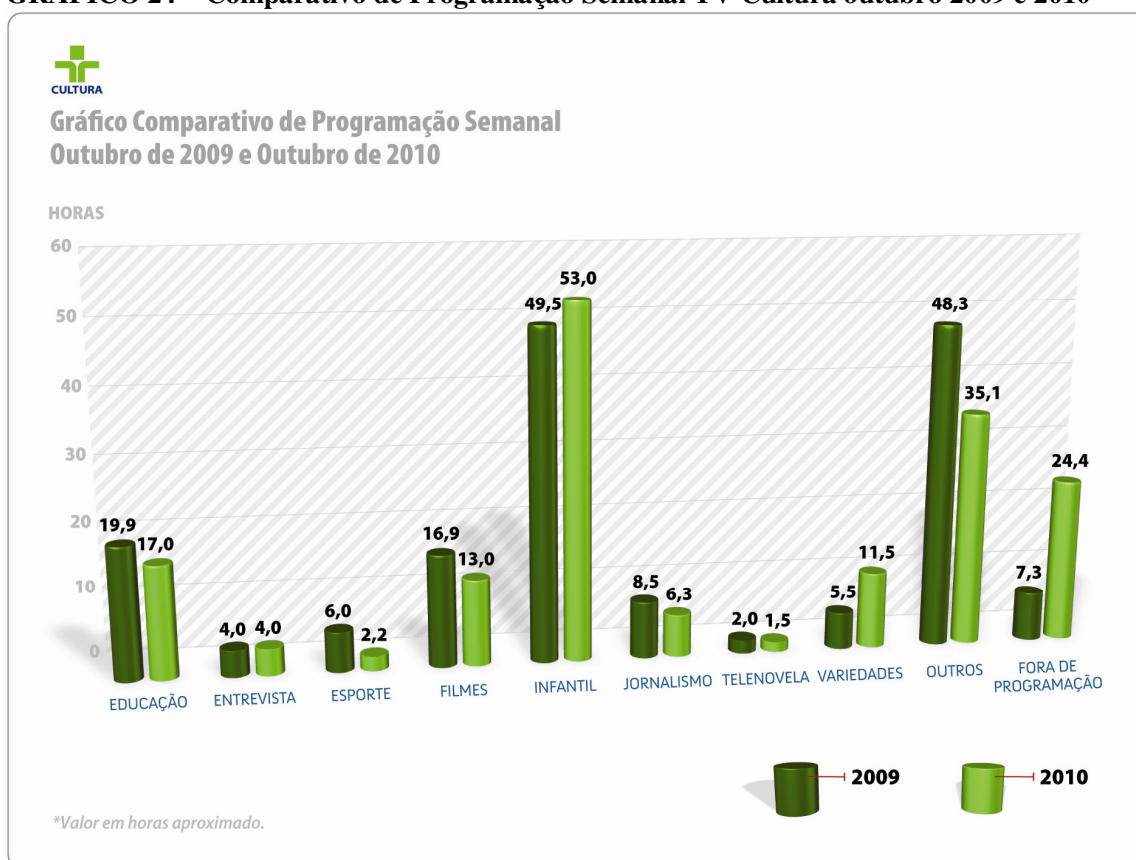
BURINI, 2010, gráfico elaborado a partir de dados oficiais disponíveis no site da *TV Brasil* no ano de 2009 e 2010.

É interessante observar que a oferta de conteúdo da *TV Brasil* não busca competir com as outras emissoras (TV Cultura e TV Globo), pois sua configuração procura atender a uma demanda de público que supostamente não confere audiência para as outras emissoras.

A exibição de filmes/documentários é importante para preservar a memória nacional e na grade compõe em torno de 15 horas semanais, o que representa um avanço, já que no ano anterior (2009) eram ofertados apenas 10,8 horas semanais. Isso se deve ao projeto DOC TV que garante a produção e exibição desse gênero de programas.

No caso da TV Cultura a pesquisa revelou que ao longo de um ano a emissora não alterou muito sua grade de programação e manteve a oferta de homogênea de gêneros. A emissora ainda se mantém líder na exibição de conteúdos infantis, em 2010 transmitiu 53,0 horas de programas deste gênero por semana. Também manteve um equilíbrio na exibição de programas do gênero entrevista, 4,0 horas semanais, conforme (GRÁFICO 24). Os valores revelam, portanto que a TV Cultura passa por uma espécie de “engessamento” de sua grade de programação, arrisca pouco em novos formatos e tende a assumir uma postura de resistência aos conteúdos originais e inovadores.

GRÁFICO 24 – Comparativo de Programação Semanal TV Cultura outubro 2009 e 2010



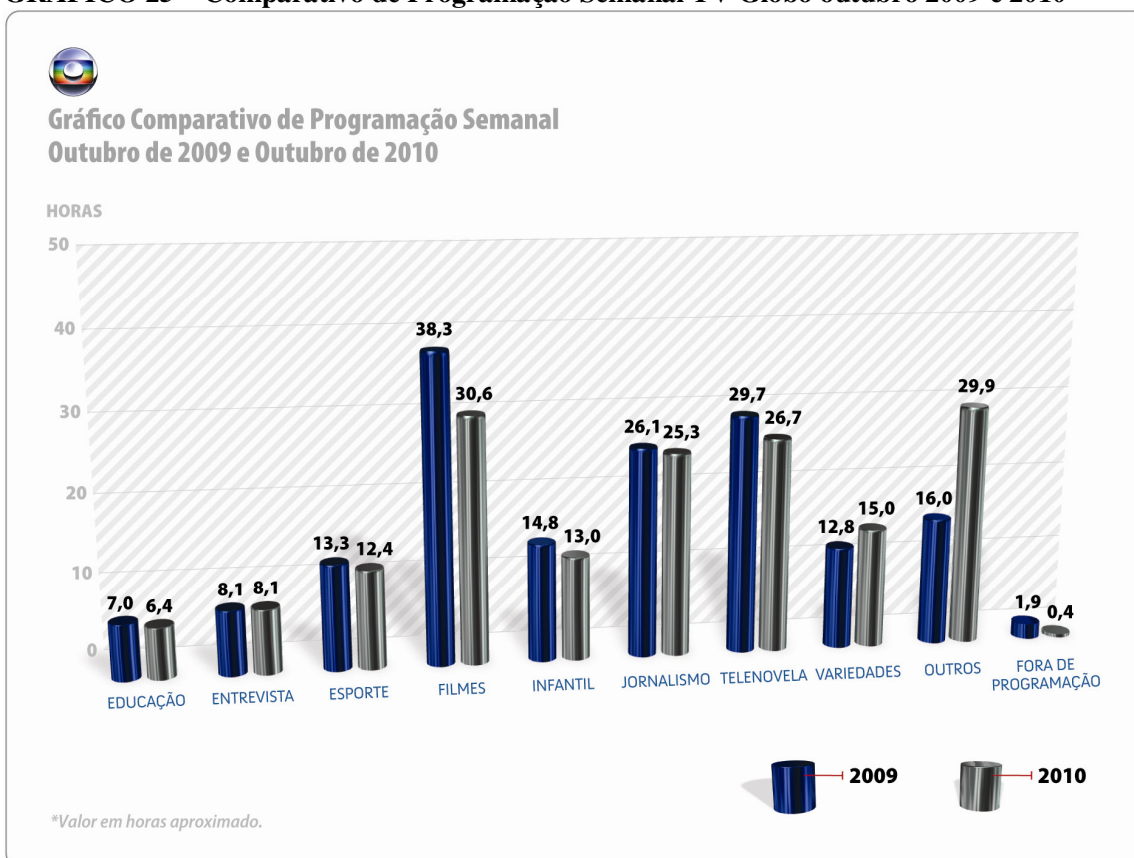
BURINI, 2010, gráfico elaborado a partir de dados oficiais disponíveis no site da TV Cultura no ano de 2009 e 2010.

A emissora, ao que parece, foca mais no público infantil e limita muito o campo de atuação em outros gêneros. Um destaque importante que deve ser considerado é em relação ao aumento das horas fora do ar, que passou de 7,3 horas em 2009, para 24,4 horas em 2010. Essa mudança é reflexo da crise pela qual a emissora tem enfrentado em 2010, diante

da demissão de Paulo Markun, presidente da Fundação Padre Anchieta e das greves de funcionários, além do recuo no repasse de verbas pelo governo do estado.

Já no caso da emissora comercial TV Globo, líder de audiência em vários horários, o que se verifica com os resultados é uma manutenção de sua grade de programação. A configuração da oferta de programas pela emissora é extremamente concentrada nos mesmos formatos e gêneros do ano anterior, pouco ou quase nada foi alterado, conforme mostra o (GRÁFICO 25).

GRÁFICO 25 – Comparativo de Programação Semanal TV Globo outubro 2009 e 2010



BURINI, 2010, gráfico elaborado a partir de dados oficiais disponíveis no site da TV no ano de 2009 e 2010.

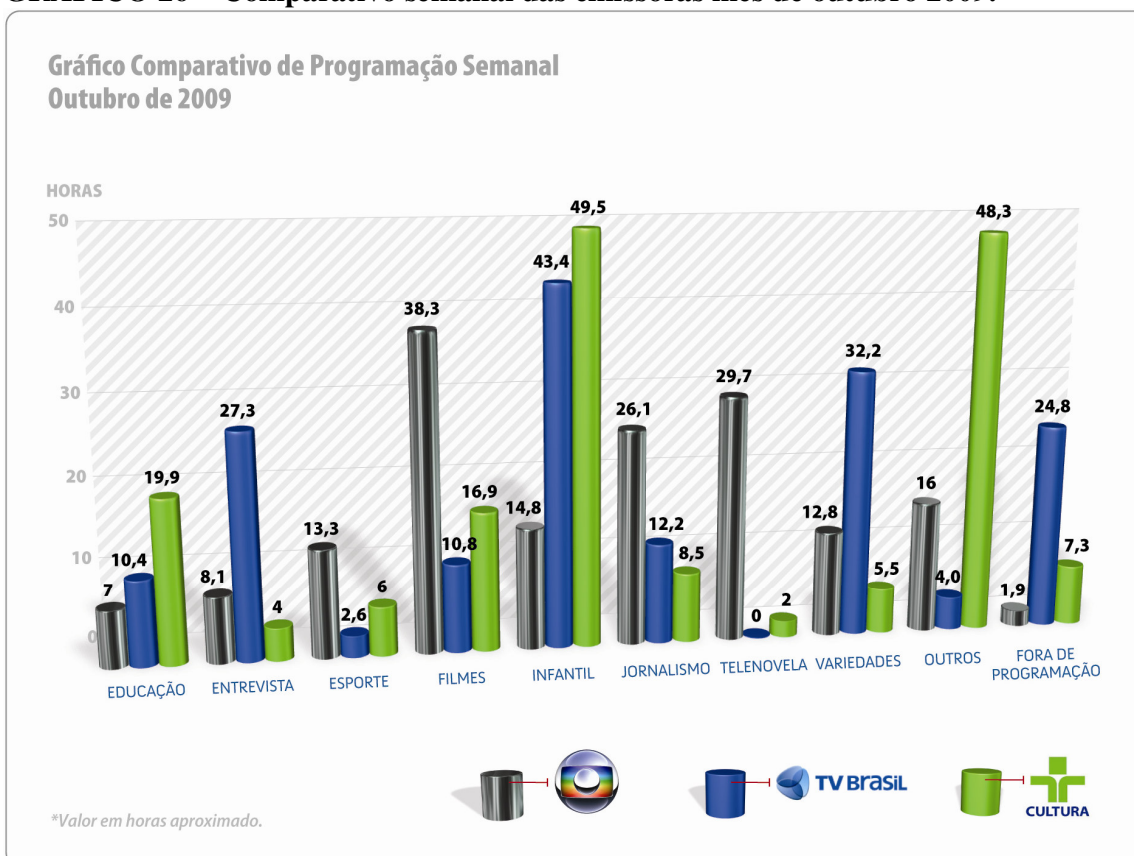
A TV Globo assume uma postura fechada em relação à oferta de gêneros variados, predominantemente a emissora exibe muitos filmes 38,3 horas semanais em 2009 e 30,6 horas em 2010. Exibe muito conteúdo jornalístico em torno de 26,1 horas semanais, gênero que possibilita influenciar a formação da opinião pública, além de vincular seu conteúdo de teledramaturgia, cerca de 30 horas semanais, aos interesses meramente comerciais, já que atrela, por exemplo, a personagem a uma configuração estética genuinamente comercial.

TV Brasil: uma programação alternativa?

Em uma breve análise comparativa entre a *TV Brasil* e outras duas emissoras, *TV Globo* e *TV Cultura*, realizada no período que compreende a semana de 26 de outubro a 01 de novembro de 2009 e a semana 11 a 17 de outubro de 2010, foi possível observar a concentração de determinados gêneros em suas grades de programação. No caso específico da *TV Globo*, emissora concessionária de caráter privado, o mapeamento revelou a predominância de gêneros voltados para o entretenimento, como novela/teledramaturgia, filmes, programas de variedade, séries, seriados, entre outros.

Abaixo o gráfico comparativo (GRÁFICO 26) da programação semanal das emissoras analisadas em outubro de 2009.

GRÁFICO 26 – Comparativo semanal das emissoras mês de outubro 2009.



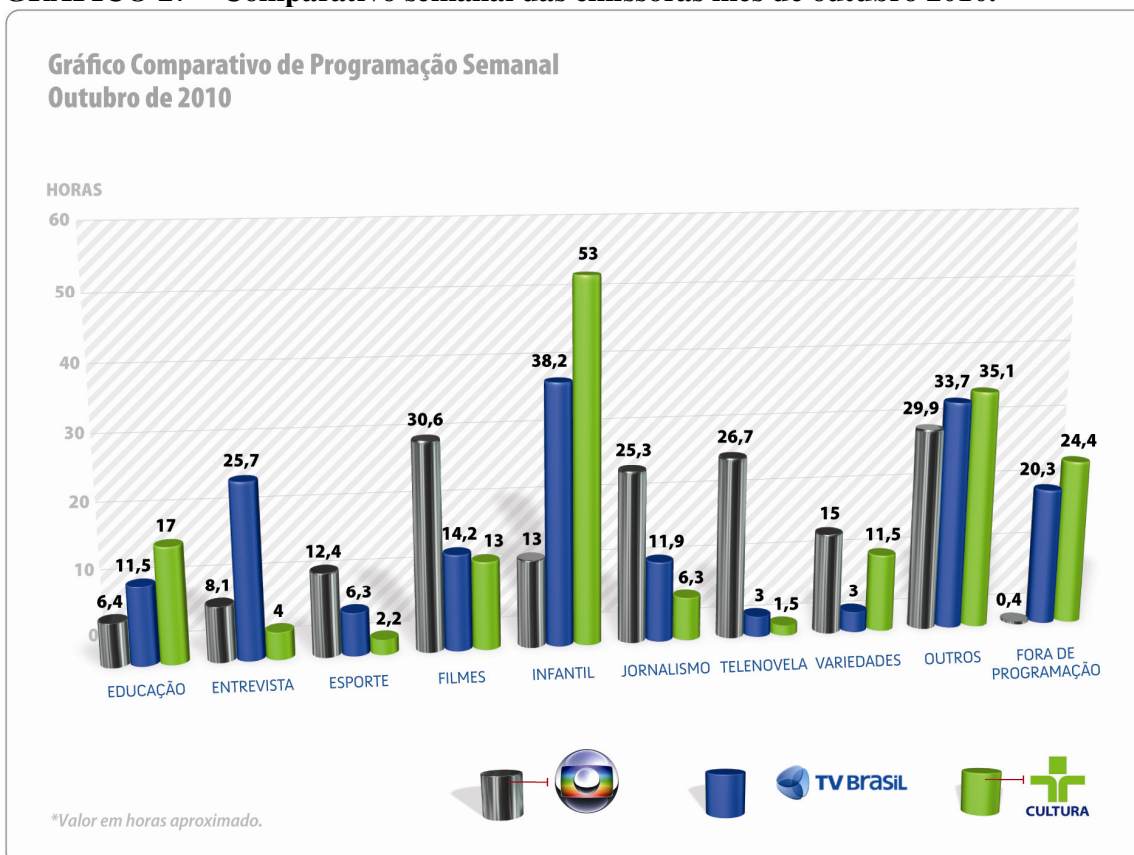
BURINI, 2010, gráfico elaborado a partir dos dados oficiais das emissoras no mês de outubro de 2009.

Para a constituição da programação da *TV Brasil* foram criados também, mecanismos impessoais de escolha de conteúdos. Os editais para licenciamentos de filmes, documentários e animações e, especialmente, os concursos/editais (*pitchings*) para seleção de produtoras de conteúdos temáticos são formas republicanas de escolha de material audiovisual.

Tereza Cruvinel relata que para uma emissora criada há pouco mais de dois anos, ser conhecida por 36,8% da população não é um mau resultado. O fato de apenas 17,8%, entre estes, assistir regularmente à programação está relacionado, em grande parte, com problemas de distribuição da programação e da qualidade do sinal. Estes indicadores apareceram claramente em outra pesquisa, realizada para a EBC pelo Instituto Datafolha/2009 (ver Volume 2 - Anexo IV).

Abaixo o gráfico comparativo (GRÁFICO 27) da programação semanal das emissoras analisadas em outubro de 2010.

GRÁFICO 27 – Comparativo semanal das emissoras mês de outubro 2010.



BURINI, 2010, gráfico elaborado a partir dos dados oficiais das emissoras no mês de outubro de 2010.

No comparativo entre as três emissoras no ano de 2009 e 2010, por gênero fica clara a distribuição da programação pelos canais e como as emissoras se apresentam para a sociedade. O gênero educação é mais difundido na emissora estatal, 17 horas na TV Cultura, contra 11,5 horas semanais na *TV Brasil*, contra 6,4 horas na TV Globo, isso revela a preocupação das duas emissoras públicas com a formação do cidadão e com a produção de conhecimento nos meios de comunicação.

O gênero entrevista, que possibilita um pensamento reflexivo do telespectador e contribui para a formação da opinião pública está presente na *TV Brasil* com 25,7 horas semanais, frente 8,1 horas da emissora comercial TV Globo e apenas 8,1 horas da TV Cultura.

Já no gênero esporte a emissora comercial TV Globo lidera, com 12,4 horas semanais, contra 6,3 horas da *TV Brasil* e 2,2 horas da TV Cultura. Isso se deve pelo fato da TV Globo comprar os direitos de transmissão de eventos esportivos como campeonatos de futebol predominantemente recheados de investimento publicitário através das marcas e patrocinadores dos clubes.

A TV Globo também investe boa parte de sua grade para o gênero telenovela, 26,7 horas semanais frente a 3 horas da TV Brasil e 1,5 horas da TV Cultura.

Por fim, o gênero classificado por outros, demonstra um equilíbrio de oferta pelas três emissoras, em torno das 30 horas semanais.

Como já foi dito anteriormente o item “fora de programação” está presente nas duas emissoras públicas, resultado da ausência de conteúdos que possam garantir seu preenchimento sem recorrer a reprises. A TV Globo busca atender a uma programação diária em torno das 24 horas.

Capítulo V

TV Brasil: Interesse do público ou do Estado?

*“Há uma ideologia neoliberal fortemente arraigada
nos veículos de comunicação de massa no Brasil.
Para eles tudo que tem a presença do Estado é negativo.”
(Laurindo Leal Filho, 2010)*

V. *TV Brasil*: Interesse do público ou do Estado?

A mediação da informação no espaço público confere à comunicação um poder de influenciar a formação da opinião pública, independente das controvérsias, dos riscos desse processo, natural em sociedades democráticas. O direito à informação está previsto pela Constituição. Não existe democracia sem o acesso pleno às múltiplas e divergentes formas de comunicação.

Nesse sentido, a convivência no espaço público de sistemas e modelos de comunicação de natureza pública, privada e estatal é essencial para garantir visibilidade a múltiplas vozes, e para que a sociedade em geral possa tomar suas próprias decisões, de forma autônoma e reflexiva. A democratização do acesso à informação a diversos suportes e pontos de vista não é, porém, suficiente para possibilitar escolhas conscientes, mas representa, sem dúvida, o ponto de partida para tal.

Sendo a informação um bem público e um direito do cidadão, em que medida a experiência da *TV Brasil*, que se propõe ser uma emissora voltada para o interesse público, pode se configurar com um canal que atende ao interesse do público ou do Estado que a constituiu, e de cujos recursos depende para sua sobrevivência? Que mecanismos podem ou foram criados para possibilitar o compartilhamento e a circulação da informação no espaço público mediatizado para a real formação de opinião reflexiva, independente dos interesses públicos ou privados?

De que forma a comunicação precisa ser re-configurada como uma política pública de governo para atender não apenas aos interesses privados, legítimos em sociedades capitalistas, mas também ao interesse público? Estabelecer, portanto, políticas públicas de comunicação, regulamentando o setor para garantir a pluralidade de vozes é, portanto, papel do Estado. Por outro lado, cabe à sociedade civil organizada, como fez com sucesso relativo durante a Constituição de 1988, participar ativamente deste processo, para que a negociação entre o interesse público, privado e estatal possa se dar numa correlação de forças, cuja balança não penda mais para os interesses privados como tem acontecido, historicamente, no Brasil.

Iniciativas neste sentido foram colocadas em curso pelo governo Luiz Inácio Lula da Silva, sob contínuos protestos do setor privado acostumado às benesses de governos anteriores. Ainda assim, cabe também aos diferentes setores da sociedade civil fiscalizarem os governos para que a comunicação pública não se torne mais um instrumento de governo, e que um bem público fundamental para a democracia não seja tomado como bem privado ou estatal. A vigilância contínua, ativa e altiva da sociedade é a única forma de garantir que uma emissora que nasce para atender ao interesse público possa, de fato, se constituir como tal. A legislação é apenas um importante ponto de partida, mas por si só não assegura seu pleno funcionamento.

Para José Roberto Garcez (2010) um dos grandes avanços no segundo mandato do Presidente Lula é que a comunicação passa a ser vista como uma política pública. Está, portanto, sujeita a avaliação da sociedade e deve atender o interesse da população e não dos governantes. Esta ação do governo, aliás, não se verifica apenas no modelo adotado para implantação da televisão pública no Brasil com a criação da EBC. Várias outras ações da Secretaria de Comunicação da Presidência da República (SECOM) investem na construção de políticas públicas permanentes e de interesse da sociedade. Por exemplo, o decreto 6.555, de 2008, que disciplina as ações de comunicação do governo federal, estabelece objetivos e diretrizes que valorizam a transparência, a participação social, o interesse público, a diversidade e a regionalização.

A SECOM democratizou a distribuição das verbas de publicidade, ampliando bastante o número de veículos que recebem as verbas públicas em todos os estados, enfrentando para isso vários interesses privados. Por ter esta visão de que a comunicação é uma política pública, a SECOM foi uma impulsionadora essencial da Conferência Nacional de Comunicação, histórico momento em que a sociedade foi convocada a debater as políticas da área. Dentro desse projeto, a construção da empresa pública de comunicação e a sua televisão pública têm espaço importante. Ainda é, evidentemente, um processo incompleto e em construção. Mas a vinculação da EBC à SECOM permite que a *TV Brasil* integre uma política única que visa garantir o direito à comunicação de todos os cidadãos.

Precisamos superar a visão de que uma Secretaria de Comunicação de um governo em qualquer esfera existe apenas para fazer a divulgação dos atos oficiais por meio de propaganda. Uma SECOM deve existir, como qualquer outro órgão público, para estar à

serviço dos cidadãos e implementar determinada política pública. E a empresa de comunicação pública, com suas televisões e rádios, deve fazer parte desta política.

Mas na opinião de Eugênio Bucci (2010) é muito negativo, que a *TV Brasil* seja vinculada ao Palácio do Planalto como ela é, ele acredita que sendo uma emissora encarregada de Comunicação Social, de programas jornalísticos e de programas culturais, às vezes educativos, ela deveria estar vinculada, em primeiro lugar ao Ministério da Cultura, e em segundo lugar para algumas questões menores, menores porque minoritárias dentro da grade total de programação, poderia estar vinculada ao Ministério da Educação. Ele confirma seu posicionamento, ao dizer que a emissora “não deveria estar vinculada a Secretaria de Comunicação do Presidente da República. Acho que isso acarreta constrangimentos e às vezes conflito de interesses”.

Eugênio Bucci levanta uma dúvida, como uma emissora pública subordinada a um organismo que tem como missão zelar pela imagem do Presidente da República, pode elaborar, veicular, escutar, ou difundir críticas ao governo? Para ele é necessário que exista um distanciamento entre a emissora pública e sua relação com o governo, o que não quer dizer que a emissora deverá ser oposição, mas aprofundar essa linha de afastamento.

Nesse sentido, Orlando Senna⁵² que junto com Mario Borgneth deixou seu posto no Ministério da Cultura em 2007, para assumir cargo de direção na EBC/*TV Brasil* na época de sua criação, também manifesta descontentamento ao dizer que “a TV é vinculada à secretaria que maneja a informação do governo. O ideal seria que não tivesse esse perfil estatal, que fosse, por exemplo, uma fundação. Em outros países, se ligadas ao governo, as TVs públicas tendem a estar ligadas aos ministérios da Cultura ou da Educação”.

É de conhecimento público a experiência pioneira da Agência Brasil, que estava inteiramente sucateada e, em 2004, foi restaurada. Eugênio Bucci, que à época presidia a Agência Brasil/Radiobrás, reconhecendo o direito do governo em ter seus canais de divulgação das ações de governo, garantiu também a existência de uma agência de informações de interesse público, que em alguns momentos trazia mais informações plurais que as agências noticiosas tradicionais dos veículos de comunicação privados.

A restauração da Agência Brasil deu-se a partir da iniciativa de vários jornalistas preocupados em implantar novas formas de comunicação compartilhada, baseadas na

⁵² Disponível em: <http://www.ebc.com.br/imprensa/ebc-na-midia/leia-mais-tv-brasil-na-midia/comunicacao-publica-e-cultura-democratica/> Acesso em 23 de maio de 2010.

aliança com o cidadão produtor de informação. A experiência revela um trabalho que rompeu com o longo histórico de subserviência política e intelectual presente nas empresas públicas, e que realizado durante no primeiro governo Lula não deveria ter sido abandonado.

Agregam-se a este exemplo, a necessidade de considerar mudanças para a execução das propostas aprovadas na Confecom, especialmente com a elaboração de um marco regulatório que estenda as exigências de participação e controle social existentes na EBC aos demais órgãos de comunicação vinculados a estruturas estatais. A partir da lei que criou a EBC é possível aprofundar este modelo, garantindo aos cidadãos não apenas o acesso à informação, mas também a existência de mecanismos que possibilitem a produção e exibição de conteúdo por todos.

Laurindo Leal Filho (2010) não vê problemas em relação ao modelo adotado pela *TV Brasil*, para ele “O modelo é positivo. Ele procura tornar a EBC (empresa que controla a *TV Brasil*) independente dos governos e da publicidade. Embora a indicação final dos integrantes do Conselho Curador seja feita pelo Presidente da República, seus nomes são apresentados pela sociedade”.

Os avanços das políticas públicas de comunicação implementadas pelo governo Lula, não correm risco de retrocesso em futuros governos. Esta é a opinião de Teresa Cruvinel, segundo ela, a Lei 11.652, votada pelo Congresso Nacional, que criou a EBC e o sistema público que a empresa está implantando será revogado, embora possa sofrer algumas alterações, e esclarece:

Não creio, também, que algum deles queira asfixiar a empresa do ponto de vista financeiro, negando os recursos necessários. Ademais, acredito que a EBC ganhará a batalha jurídica para viabilizar o recebimento dos recursos da Contribuição ao Fomento da Comunicação Pública, previsto em sua lei, comumente referida, de modo equivocado, como "contribuição do Fistel". Nada a ver com o Fistel, salvo o fato de que, para assegurá-la, o legislador (no caso o relator Walter Pinheiro) propôs um abatimento de 5% dos pagamentos devidos ao Fistel. Isso dará algum oxigênio à EBC, mesmo no caso de um governo vir a reduzir bastante seu orçamento. (CRUVINEL, 2010)

Laurindo Leal Filho (2010) complementa afirmando que, a *TV Brasil* “é um modelo muito mais avançado, por exemplo, do que aquele adotado pela Fundação Padre Anchieta, mantenedora da TV Cultura de São Paulo. O modelo da EBC é bem avançado para Brasil. Resta

saber até que ponto essa independência do Conselho se reflete da programação oferecida ao público.”

Quanto ao modelo de gestão, de acordo com Tereza Cruvinel, ele é moderno, aberto e democrático, nada ficando a dever aos sistemas públicos europeus. Ela destaca os seguintes pontos sobre o que denomina de caráter democrático do modelo:

- a) A natureza plural do Conselho Curador, e a indicação dos conselheiros ao presidente da República pela própria sociedade, através de consultas públicas, como acaba de acontecer;
- b) Os poderes efetivos do Conselho, inclusive para demitir diretores da EBC;
- c) O mandato do diretor-presidente, que garante estabilidade à diretoria e independência em relação a governos, na medida em que o diretor-presidente pode resistir a eventuais pressões sem temer a demissão pelo presidente da República ou ministro da área;
- d) A existência de uma ouvidoria forte, setorizada e com autonomia para atuar na defesa dos telespectadores;
- e) O sistema de contratação de programas da produção independente através de concursos (*pitchings*);
- f) A vigilância e as normas editoriais editadas pelo Conselho para orientar a produção jornalística.

5.1. Os grupos de pressão: os atores sociais envolvidos

Mas afinal quem são os representantes da sociedade civil organizada no contexto comunicacional do país? A explicação é que a sociedade civil organizada se constitui representada por grupos que se articulam em torno de interesses ligados às comunicações, seja como cidadãos ou como consumidores, estão também as organizações não governamentais e os grupos sociais formados com objetivos específicos. Os profissionais ligados à academia participam na sociedade como intelectuais e especialistas em áreas

definidas. Já os grupos de interesse são freqüentemente confundidos com os grupos de pressão. As linhas que separam os dois não parecem ser muito claras, pois é na atuação que se define sua classificação, assim grupo de interesse tem uma atuação mais passiva e não necessariamente age com pressão. Já os grupos de pressão são sempre de interesse, mesmo que este seja momentâneo.

Uma forma de atuação dos grupos de pressão ocorre em fóruns de discussão, como no I Fórum Nacional de TVs Públicas que ocorreu no dia 11 de maio de 2007, em Brasília, durante o encontro foi escrita a Carta de Brasília, um manifesto em prol da TV Pública independente e democrática. Abaixo, um dos trechos da Carta, na qual seus princípios são destacados:

Nós, representantes das emissoras Públicas, Educativas, Culturais, Universitárias, Legislativas e Comunitárias, ativistas da sociedade civil e militantes do movimento social, profissionais da cultura, cineastas, produtores independentes, comunicadores, acadêmicos e telespectadores, reunidos em Brasília, afirmamos, em uníssono, que o Brasil precisa, no seu trilhar em busca da democracia com igualdade e justiça social, de TVs Públicas independentes, democráticas e apartidárias⁵³.

A Carta de Brasília lida por Jorge da Cunha Lima, presidente da ABEPEC - Associação Brasileira das Emissoras Públicas, Educativas e Culturais, durante o encerramento do I Fórum Nacional de TVs Públicas em cerimônia com o Presidente da República, Luiz Inácio Lula da Silva, os ministros Gilberto Gil e Franklin Martins, Secretário Executivo do Ministério da Cultura, Juca Ferreira, Secretário do Audiovisual do Ministério da Cultura, Orlando Senna, e o Assessor Especial do Ministro da Cultura, Mario Borgneth, abriu a possibilidade de discutir, com o apoio do governo, iniciativa inédita, até o momento, o papel das emissoras públicas de comunicação no Brasil.

Além disso, o I Fórum Nacional de TVs Públicas permitiu realizar uma ampla reflexão sobre a responsabilidade social das emissoras públicas em contraposição às emissoras comerciais.

Este também foi o momento, da oportunidade de discutir um novo marco regulatório da radiodifusão no Brasil, conscientizando a população sobre a importância da

⁵³ I Carta de Brasília (2007). Disponível em:

http://www.direitoacomunicacao.org.br/novo/index.php?option=com_docman&task=doc_download&gid=236 Acesso 29 de outubro de 2008.

participação da sociedade nos debates públicos e nas tomadas de decisão sobre, por exemplo, o que é prioridade na produção televisiva nacional.

Mais uma vez a temática da democratização da comunicação e sua relação com a democratização política do país é colocada em pauta, confirmando a posição do sociólogo francês Dominique Wolton (2009) durante conferência de abertura do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom, na cidade de Curitiba. Na ocasião ele afirmou: “não há democracia sem comunicação”. Para Wolton, comunicação não é simplesmente compartilhar idéias, mas, colaborar para democratizar a informação valorizando e respeitando a inteligência do receptor.

Mais tarde, nos dias 26, 27, e 28 de maio de 2009, em Brasília, aconteceu o II Fórum Nacional de TVs Públicas, e durante o evento foi elaborada a II Carta de Brasília⁵⁴, e com ela uma promessa do presidente da Câmara, Michel Temer (PMDB-SP), de que a regulamentação do sistema público de televisão teria prioridade no Congresso, caso seja encaminhado na forma de um projeto de lei.

Durante a mesa de encerramento do evento, realizado em Brasília, a presença dos ministros Franklin Martins, da Comunicação Social, e Juca Ferreira, da Cultura, além do senador Renato Casagrande (PSB-ES), representando o presidente do Senado, José Sarney, o consultor jurídico do ministério das Comunicações, Marcelo Bechara (representando o ministro Hélio Costa) e o presidente da ANCINE, Manoel Rangel, demonstrou o interesse de consolidar avanços para que o Congresso Nacional votasse com urgência urgentíssima, o projeto de lei sobre a regulamentação do sistema público de televisão.

Enquanto o I Fórum Nacional de TVs Públicas em 2007 teve caráter de ato heróico e desbravador de territórios, este II Fórum teve o objetivo de pressionar o Congresso Nacional no sentido de aprovar a regulamentação dos artigos 223 e 221 da Constituição. Abaixo, um dos trechos da II Carta de Brasília (maio 2009), na qual seus princípios são destacados:

(...) O artigo 223, ao mencionar que existe um sistema público, um estatal e um privado está estabelecendo três categorias diferentes não estanques, não antagônicas, mas três categorias diferentes que têm de ser distinguidas por algum critério; atuar de forma complementar é a prescrição da Constituição.

⁵⁴ Disponível em: <http://www.cultura.gov.br/site/wp-content/uploads/2009/06/carta-de-brasil-ii.doc> Acesso 29 de maio de 2009.

Ao contribuir para a regulamentação dos artigos constitucionais referentes a essa matéria, o II Fórum interpreta que há um sistema de radiodifusão privado, com fins lucrativos e que deve, como os demais sistemas, obedecer aos princípios do artigo 221 de modo preferencial.

Entende que há um sistema de radiodifusão público, que é estatal, não tem fins lucrativos e obedece, com exclusividade e não preferencialmente, aos princípios do artigo 221 e da lei 11652. Sua programação está voltada à divulgação e transparência dos atos institucionais e à prestação de contas da administração pública em suas três esferas de poder: o Executivo, o Legislativo e o Judiciário.

O II Fórum entende ainda que há um sistema de radiodifusão público não-estatal que opera sem intenção de lucro, que deve obediência exclusiva aos princípios do artigo 221, que deve observar os princípios e objetivos contidos na Lei 11.652, que já vigoram para regular o sistema público de comunicação em âmbito nacional. A diferença fundamental entre os dois sistemas é que, no sistema de radiodifusão público não-estatal, as diretrizes e gestão da programação e a fiscalização devem ser atribuição de órgão colegiado deliberativo, representativo da sociedade, no qual o Estado ou o governo não devem ter maioria.

Em função dessa conceituação, o II Fórum Nacional de TVs Públicas deliberou pela:

1) alteração imediata, por medida provisória dada sua relevância e urgência, do artigo 13 parágrafo único do Decreto Lei 236 de 28 de fevereiro de 1967; 2) edição simultânea de uma portaria interministerial, definindo os objetivos e princípios da radiodifusão pública, exploradas por entidades públicas ou privadas, que não o poder executivo federal ou de entidades de sua administração indireta⁵⁵.

Assim, a II Carta de Brasília reiterou o pedido da presidente da EBC, jornalista Tereza Cruvinel (2009), que no II Fórum Nacional das TVs Públicas, chamou a atenção dos presentes dizendo: “Aproveitando que estamos na casa do Poder Legislativo, eu peço aos parlamentares presentes: temos que acabar com um filhote da ditadura que ainda persiste, que é o decreto-lei 236, de 1967”.

Já o ministro da Cultura, Juca Ferreira (2009) manifestou-se a favor do desenvolvimento do Instituto de Comunicação Pública com padrão diferente de análise de audiência para o setor público de televisão, diferente do utilizado pelas emissoras comerciais e disse: “A criança só vai nascer quando tivermos um conceito de grade, de linguagem”.

Nesse sentido, e ancorado pela II Carta de Brasília, o II Fórum Nacional de TVs Públicas mantém seu compromisso com o processo de democratização da comunicação

⁵⁵ II Carta de Brasília (2009). Disponível em: <http://www.cultura.gov.br/site/wp-content/uploads/2009/06/carta-de-brasilia-ii.doc> Acesso 12 de dezembro de 2009.

social brasileira, quando estimula a participação do indivíduo no exercício da cidadania e da democracia.

O II Fórum também contribuiu para apresentar uma série de propostas e reivindicações principalmente, com o objetivo de estabelecer alianças e compromissos com os cidadãos brasileiros.

Em dezembro de 2009 ocorreu a 1ª Confecom - Conferência Nacional de Comunicação em Brasília. Foi um espaço de discussão entre os diversos setores sociais sobre as políticas públicas de Comunicação no Brasil.

Pela primeira vez no Brasil, governo, empresários e sociedade civil se reuniram para discutir, em um mesmo ambiente, o futuro da mídia nacional. Foram 1.684 delegados dos três segmentos envolvidos (40% de representação da sociedade civil, 40% das entidades empresariais e 20% do poder público), que participaram discutindo inúmeras propostas, como as proposições apresentadas pelo MinC – Ministério da Cultura, de criação de Rádios e TVs Públicas e Comunitárias, além de regulamentação das leis dos meios de comunicação de massa (rádio, televisão, cinema e telefonia móvel). Como resultado teve mais de 600 propostas aprovadas - a maioria por consenso.

O tema central definido foi “Comunicação: meios para a construção de direitos e de cidadania na era digital”, a 1ª Conferência discutiu em três eixos-temáticos: “Produção de Conteúdo”, “Meios de Distribuição” e “Cidadania: direitos e deveres”.

Para Laurindo Leal Filho (2010), não é fácil convencer uma TV estadual, geralmente controlada pelos governos estaduais, a entrar numa rede perdendo os seus próprios espaços. “Mas isto está sendo feito de alguma forma”. Ainda de acordo com Leal Filho, “a rede está sendo formada com parcerias onde isso é possível. Mas em São Paulo e no Rio Grande do Sul não é possível”. Isto porque, segundo ele, no caso paulista jamais a TV Cultura iria abrir espaços em sua grade para um conjunto de programas da *TV Brasil*. Ao mesmo tempo, a EBC conseguiu um canal analógico em UHF, mas numa posição de difícil sintonia. “Ficar só na TV fechada como ocorre em alguns centros é tirar dos que mais necessitam a possibilidade de assistir a uma TV de melhor qualidade”, afirma Leal Filho.

Segundo o Ministro Franklin Martins, o sistema público de televisão no país está em processo de re/construção. Em 2007, no programa Roda Viva, explicou o projeto de TV Pública do governo Lula. “Nós estamos discutindo três questões essenciais para em função delas

ter um projeto de TV pública: o modelo de gestão, o modelo de financiamento e o modelo de rede pública”, e explicou que:

A idéia é partir do que o governo federal tem no momento atual. Ele tem a Radiobrás e a TV Educativa do Rio e do Maranhão. A ideia é fundir essas estruturas e isso dá uma espinha dorsal para uma programação que ao mesmo tempo se abre para a parceria com um conjunto de TVs culturais, educativas, universitárias existentes no país, como é o caso da TV Cultura. Então a ideia é estabelecer uma parceria que vá aos poucos formando uma rede pública de televisão, porque nós não temos uma rede pública de televisão estruturada no Brasil, nós temos várias TVs públicas, mas que você não pode dizer que constituem uma rede pública, com projeto próprio, com uma parceria definida. É isso que o governo federal pretende, exercer um papel de liderança, quer dizer, que seja capaz de convocar, trazer para o mesmo movimento um conjunto de emissoras com esse caráter e ser capaz de constituir uma rede pública (FRANKLIN, 2007, s/p). (Ver Volume 2 Anexo I – Entrevistas, p.39)

Quase três anos depois é possível verificar que a idéia de criar uma rede pública de televisão no Brasil, se concretizou a partir da associação com as emissoras educativas estaduais, uma oportunidade de oferecer conteúdo diversificado e que expressa de alguma forma as especificidades regionais.

De acordo com José Roberto Garcez (2010), das dez horas de programação simultânea nacional, ao menos quatro horas são destinadas a conteúdos regionalizados, ou seja, produzidos pela emissoras estaduais, o que revela que muito em breve conteúdos de todos os estados da federação farão parte da grade de programação nacional.

5.2. O debate da TV Pública: transparência?

O momento atual procura transformar o Estado num instrumento eficiente para o exercício e prática da cidadania, substituindo o antigo modelo burocrático que dificultava ou impedia a participação coletiva dos cidadãos. Hoje é necessário criar uma conscientização de que o objetivo do Estado deve ser sempre o cidadão, oferecendo-lhe pleno controle sobre os resultados das ações da máquina estatal.

Nesse sentido o governo federal brasileiro, vem tentando ampliar e aperfeiçoar os instrumentos que conferem ao cidadão ter participação ativa no exercício da cidadania onde haja também a ação do Estado. Assim ocorre com a comunicação pública, onde se observa um crescimento cada vez maior no sentido de promover uma abertura e acesso às informações, construindo uma democracia participativa dentro da estrutura comunicacional.

Estimular ações de comunicação que corroborem para uma transparência da gestão pública da EBC/*TV Brasil* é um dos objetivos essenciais da moderna Administração Pública. A ampliação da divulgação das ações de sua diretoria executiva, e de seus conselhos (curador, administrativo, e fiscal) a milhões de brasileiros, irá contribuir para o fortalecimento da democracia, e o desenvolvimento das noções de cidadania. Uma emissora pública pressupõe uma administração e gestão mais transparente.

A participação da sociedade, portanto, pode ser incentivada de diferentes maneiras, com diferentes objetivos. A Ouvidoria da *TV Brasil*, por exemplo, é uma porta de entrada muito valorizada, um canal de acesso direto, das manifestações públicas de seus telespectadores, que ensejam através de suas críticas, sugestões, reclamações e elogios, elementos para o aprimoramento de sua gestão e constituição enquanto empresa de comunicação pública.

A ouvidoria, como já foi dito anteriormente, tem como responsável, Laurindo Leal Filho, e exige de seu representante respostas e explicações para cada questão levantada pelo cidadão, além de também garantir o encaminhamento dessas contribuições para os dirigentes da emissora. Sem dúvida, representa um espaço importante de manifestação pública, no entanto para a efetivação de eventuais mudanças ainda existe um longo caminho a percorrer.

De acordo com a diretora-presidente da EBC, Tereza Cruvinel (2010), a participação da sociedade na produção de conteúdos tem como principal instrumento quadros de programas com o do “Repórter Brasil” chamado “O Outro Olhar”. Nele o telespectador pode se manifestar através de mensagens pelo site da emissora. Sugerir pautas, questionar o posicionamento do canal diante de questões polêmicas, além de colaborar para um jornalismo mais participativo e cidadão.

Ainda de acordo com Tereza Cruvinel, a *TV Brasil* vem investindo em tecnologia da informação para que em breve seja possível realizar outras formas de exercício do

jornalismo colaborativo. “O programa “Tela Digital” é outra porta aberta para o vídeo colaborativo, este de natureza não-jornalística, mas artística”, explica.

Quanto aos indicadores de audiência, Cruvinel explica que “a EBC tem contatos de medição regular com o IBOPE e realiza pesquisas específicas, periodicamente”. Ela informou que já foram realizadas mais de uma pesquisa especial, com o objetivo de avaliar a programação da emissora, e o Conselho Curador também realiza periodicamente suas avaliações da programação.

5.3. Audiência pública da *TV Brasil*

Em regimes democráticos, várias são as formas de garantir a participação cidadã em decisões governamentais. No Brasil, as audiências públicas têm sido realizadas para atender a este preceito. Entretanto, nem sempre representam, de fato, um espaço democrático para alterar posições governamentais, mas apenas como mais um gesto de marketing político sobre assuntos de interesse público.

As audiências públicas no caso da EBC estão previstas no artigo 22 do Regimento Interno do Conselho Curador, aprovado em 15 de janeiro de 2008 com a resolução nº 01/2008 (ver Volume 2 Anexo III – Documentos Oficiais, p.91). Nele fica determinado que ao menos uma vez, em cada semestre, o Conselho Curador deverá realizar em diferentes regiões do país, audiências públicas com a finalidade de receber sugestões, reclamações, denúncias ou quaisquer outras manifestações pertinentes aos fins da EBC.

No caso específico da *TV Brasil*, que faz parte da EBC, a primeira audiência pública foi realizada no dia 09 de julho de 2009, com o objetivo maior de discutir o papel da TV pública no país. O encontro aconteceu em Brasília, na sede da Confederação Nacional dos Trabalhadores no Comércio (CNTC) e foi transmitido⁵⁶ pela *internet*, com alguma dificuldade técnica. Há registros imagéticos de momentos da reunião disponibilizados através de *sites* de redes sociais.

⁵⁶ Há registros imagéticos da 1ª audiência pública que podem ser acessados pelo endereço eletrônico disponível em: http://www.coveritlive.com/mobile.php?option=com_mobile&task=viewaltcast&altcast_code=629e0e2f1f&start=1&start=2&start=3&start=4&start=3

A importância da audiência pública se dá pela possibilidade de ampliação da participação da sociedade na gestão da *TV Brasil*, especialmente nas discussões sobre a comunicação pública no país. O jornalista Beto Almeida da TV Senado, presidente da TV Comunitária Cidade Livre de Brasília, e também conselheiro da Televisión del Sur⁵⁷ (TeleSur), que acompanhou a primeira audiência pública da *TV Brasil*, explica:

Esta audiência tem o simbolismo de se inscrever no processo de recuperação dos espaços públicos midiáticos, processo que ocorre também em vários países da América Latina, com o surgimento de emissoras públicas e estatais, [...] e com políticas de estado que permitem concretamente que os povos já tenham alternativas ao jornalismo consumista e de manipulação informativa sob o controle dos conglomerados privados. (ALMEIDA, 2009, s/p)

Nesse sentido, a primeira audiência pública revela e confirma que a democracia participativa é realidade dentro da estrutura de comunicação pública no país. O espaço público midiático assume características de interatividade, ao contrário das empresas de comunicação privadas, concessionárias do governo, que ostentam através de suas tecnologias, uma “pseudo interatividade”, sem ao menos abrir seus espaços institucionalizados para a participação coletiva. Quando a EBC/*TV Brasil* coloca em prática ações de comunicação como a da audiência pública, ela confere credibilidade ao público telespectador, que vê suas sugestões e críticas como contribuição participativa e cidadã, ao mesmo tempo em que rompe com a estrutura midiática, tradicionalmente fechada, das emissoras privadas e comerciais.

Na opinião da presidente da *TV Brasil*, Tereza Cruvinel (2010), as audiências públicas certamente são um espaço importante de interação presencial com a sociedade. Segundo ela:

Poucas instituições no Brasil se dispõem a enfrentar audiências públicas, com tudo o que pode acontecer nelas. [...] Mas a participação da sociedade será, cada vez mais, assegurada pelas ferramentas de interatividade eletrônica, via *internet*. (CRUVINEL, 2010, s/p).

⁵⁷ A Televisión del Sur (TeleSur) é uma rede de televisão multi-estatal (ou seja, de vários governos) pan latino-americana (Venezuela, Cuba, Argentina e Uruguai). Iniciou suas transmissões em 24 de Julho de 2005. O canal surge simultaneamente ao processo de criação da *TV Brasil*, ambas têm entre seus principais objetivos, fortalecer o processo de integração do continente e nascem com a proposta de incentivar o intercâmbio de informações entre os países da América Latina.

Os interessados em participar da audiência pública tiveram que se inscrever dentro do prazo, por meio de formulário específico, que estava disponível, na época, no *site* da EBC, e suas opiniões, sugestões e comentários sobre o tema da audiência pública foram encaminhados por email ou telefonema, para uma funcionária da empresa.

Além dos representantes do próprio Conselho Curador da EBC, a audiência pública contou também com representantes da sociedade civil organizada, através de entidades que externaram opiniões, críticas e sugestões sobre o processo de implantação da *TV Brasil*.

Entre as entidades presentes na primeira audiência destacam-se a Associação Brasileira de Televisão Universitária (ABTU), Associação Brasileira de Cineastas (ABRACI), Sindicato dos Jornalistas do Distrito Federal, Sindicato dos Radialistas DF, Intervezes – Coletivo Brasil de Comunicação Social, Associação Nacional dos Advogados da União, Observatório do Direito à Comunicação, Abraço, Telesíntese, Enecos, Conselho Nacional de Cineclubes, entre outros organismos.

Durante a audiência pública o Intervezes – Coletivo Brasil de Comunicação Social, através de sua integrante, Carol Ribeiro⁵⁸, exprime a importância daquele momento de conquista do espaço público de troca de informações, e manifesta aos presentes preocupação em relação ao futuro da *TV Brasil*.

Carol Ribeiro discursou, perante a diretora presidente da EBC, Tereza Cruvinel, e do presidente do Conselho Curador, à época, Luiz Gonzaga Belluzzo, enquanto ambos permaneciam conversando. A integrante do Intervezes, explicou que a *TV Brasil* precisava ajustar sua agenda para temas nacionais, dando espaço para o foco e o interesse da população em suas organizações, realizar com maior frequência coberturas e debates, estimular a reflexão da população e apresentar os aspectos cidadãos do Estado brasileiro, e esclareceu que era necessário:

[...] dar vazão de maneira reflexiva e crítica à diversidade cultural do país, não apenas reproduzindo as manifestações, mas superando a polarização entre a cultura popular e a cultura de massa, satisfazer as necessidades múltiplas e simbólicas da população privilegiando a riqueza das produções artísticas em detrimento da reprodução homogênea. Dar espaço à crítica da mídia especialmente das políticas e dos meios de comunicação,

⁵⁸ Depoimento de Carol Ribeiro na 1ª Audiência Pública da EBC em Brasília (09/07/2009). Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=K4EWzTAlkYg> Acesso em 18 de julho de 2009.

e valorizar e fomentar produções audiovisuais que são fruto continuado de trabalho e de pesquisas tanto na forma quanto no conteúdo [...] (RIBEIRO, 2009)

Na audiência foi possível acompanhar inúmeras críticas feitas à composição do Conselho Curador, como por exemplo, o comentário de Diogo Moyses⁵⁹, outro integrante do Intervozes, que indagou, “bom, pela falta de resposta presumo que só 4 ou 5 dos 15 “representantes” da sociedade civil estão presentes. Então a minha pergunta é: por que dois terços dos conselheiros da sociedade civil não estão presentes na coisa mais importante que o conselho fez até agora?”.

Mas ao examinar o registro audiovisual da audiência, confirma-se a presença de doze conselheiros, Ministro da Secretaria de Comunicação Franklin Martins, Ministro Sérgio Resende, Ministro da Cultura Juca Ferreira, o presidente do Conselho Curado Luiz Gonzaga Beluzzo, Ana Luiza Fleck, Manoel Seabra, José Paulo Cavalcante Filho, Maria da Penha, Lourival Macedo, João Jorge, Daniel Aarão Filho, e Paulo Henrique Derengovski.

Recentemente mais uma audiência pública foi realizada, dia 01 de junho de 2010 no auditório da Rádio Nacional na cidade do Rio de Janeiro. Esta audiência incluiu também as emissoras de rádio da EBC e reunião cerca de 150 pessoas, numa verdadeira demonstração de cidadania e consciência crítica sobre o papel dos cidadãos na sociedade e sua importância dentro do cenário comunicacional no país.

A audiência foi dividida em duas partes, a primeira destinada às contribuições referentes especificamente à programação da *TV Brasil* e a segunda, destinada às sugestões, críticas e considerações do público em relação à programação das emissoras de rádio da EBC.

Os participantes foram escolhidos pelos integrantes do Conselho Curador e suas intervenções, abordando, exclusivamente, a questão da TV pública brasileira, foram enviadas previamente para a Secretaria Executiva da EBC em Brasília.

Durante cinco horas representantes da sociedade civil organizada, intelectuais, políticos, representantes do governo e dos conselhos, bem como a diretora-presidente,

⁵⁹ Participação de Diogo Moyses na 1ª Audiência Pública da EBC em Brasília (09/07/2009). Disponível em: http://www.coveritlive.com/mobile.php?option=com_mobile&task=viewaltcast&altcast_code=629e0e2f1f&start=1&start=2&start=3&start=4&start=3 Acesso em 18 de julho de 2009.

Tereza Cruvinel puderam fazer reflexões e avaliações sobre o papel da emissora pública e seu desempenho ao longo de mais um ano de atuação.

Na opinião do Ministro Franklin Martins, à época, era importante a interação promovida pela audiência pública, onde foi possível receber as críticas diretamente, “ao vivo e em cores”. O Ministro da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República descreveu que as contribuições davam energia para a TV pública, e disse, “a audiência de hoje, por exemplo, foi extremamente interessante, muitas idéias muitas sugestões, críticas, algumas justas outras que eu não acho que são justas, mas tudo isso é um processo de fermentação que eu acho muito positivo”

A presidente do Conselho Curador, Ima Vieira Guimarães, também declarou durante a audiência pública, que aquele momento era uma oportunidade de ouvir os telespectadores e ouvintes da região do Rio de Janeiro, e afirmou que esperava colher o maior número possível de contribuições para indicar melhorias ou correções de rota na produção do conteúdo da empresa. Ima também descreveu os números de participantes da audiência, “Quase mil pessoas conectadas no chat, aqui tivemos 40 manifestações orais, mais de 20 manifestações por escrito [...] colocaram muitos desafios tanto para o Conselho como para a diretoria executiva da empresa, enfim, eu considero excelente essa primeira parte da audiência pública que discutiu o conteúdo da TV Brasil”.

Conclusões

Conclusões

A *TV Brasil*, ainda em processo de construção, recheada de conflitos internos e questionada por alguns grupos sociais, obedece, portanto, ao sentido natural de uma emissora, que ainda permanece em busca de um novo caminho para ser trilhado por uma televisão pública, dentro do contexto midiático brasileiro.

Ainda é, evidentemente um processo incompleto e em construção, mas que já oferece sinais de grande potencial enquanto alternativa aos modelos comerciais e privados, seja pela sua programação ou forma de gestão.

A *TV Brasil*, que já oferece aos telespectadores – preocupados com uma programação exageradamente vinculada aos interesses comerciais das emissoras privadas – um conteúdo livre da publicidade. A emissora vem oferecendo um conteúdo voltado para temas nacionais e proporcionado a abertura de espaços de discussão de sua grade de programação, para o interesse coletivo da população, em suas audiências públicas, que foram realizadas em Brasília (2009) e Rio de Janeiro (2010), e deverão seguir para outras regiões do país.

Os programas transmitidos pela emissora refletem uma preocupação cidadã e humanística, e recuperam em grande medida parte substancial do nosso audiovisual. A *EBC/TV Brasil* dá um passo à frente, criando editais de *pitching* e garantindo assim, uma produção midiática, imagética e sonora de valor inestimável para a cultura nacional.

Os cidadãos, telespectadores e radiouvintes da *EBC/TV Brasil*, dispõem da oportunidade de participar com sugestões, críticas e elogios através de sua Ouvidoria, que apesar de não ter poder de decisão, encaminha para o Conselho Curador e a Diretoria Executiva da emissora, que apreciarão sua consistência e relevância e, assim apontar no sentido de conquistas e melhorias em sua grade de programação.

A viabilidade da emissora em ser um modelo alternativo e democrático de gestão e de funcionamento da televisão pública no país, é concretizada ao se transformar num agente de fomento para a integração da sociedade brasileira. Ao ver a comunicação como um direito de todos os cidadãos e, portanto, como um serviço público que deve incluir toda a

riqueza da diversidade cultural nacional, a *TV Brasil* integra um organismo valioso que tem potencial para transformar a comunicação pública no país.

Considerar a possibilidade de olhar para sua programação e forma de gestão, como parte de um processo que tende a se modificar ao longo dos anos, no sentido do seu aprimoramento, e não como uma instituição pública fechada, sem perspectivas de mudanças ao longo de sua trajetória, que está apenas começando. Nesse percurso, a participação de diferentes grupos da sociedade civil, dos cidadãos, aliado às pesquisas que venham confirmar sua emancipação da comunicação estatal e do jogo governamental trarão à emissora, elementos capazes de materializar a riqueza do processo, independente das dificuldades enfrentadas.

No entanto a *TV Brasil* ainda precisa ajustar seu modelo de gestão no sentido de dissolver qualquer suspeita em relação a sua forte ligação com a Secretaria de Comunicação do governo federal, que têm gerado muitas críticas e dúvidas sobre sua influência política, administrativa e inclusive editorial. Mesmo que a vinculação da EBC à SECOM permita que a *TV Brasil* integre uma política única, que visa garantir o direito à comunicação de todos os cidadãos, ela deve lutar para manter a transparência da administração pública da EBC, e desta forma, assegurar a exata compreensão do papel da SECOM e da configuração da comunicação pública no país.

Nesse sentido, a *TV Brasil* aponta em direção a um modelo de emissora pública que não, necessariamente, contempla todos os setores envolvidos no processo de sua criação, porém, de fato, muitos dos organismos anteriormente excluídos de um sistema público de comunicação, passam agora a representar a sociedade e serão encarregados de exercer a fiscalização, assegurando o cumprimento dos objetivos do canal público, através dos seus conselhos.

Não pairam dúvidas de que sua criação representa um marco histórico no posicionamento do Estado, especificamente do governo federal, na forma de atuação e controle da prestação de serviço da comunicação pública no país, ao mesmo tempo em que abre a possibilidade democrática de participação efetiva dos cidadãos através dos mecanismos de pressão criados.

O que não se sabe, ainda, com clareza, é se de fato o grupo escolhido para gerenciar a *EBC/TV Brasil*, primeiro em seu processo de implantação, e segundo em sua

consolidação, está em consonância com a demanda social. Por enquanto, apesar de múltiplos e naturais conflitos existentes, entre os diferentes setores da sociedade civil, ainda é cedo para uma avaliação rigorosa sobre o novo sistema público de televisão brasileiro.

A conquista desse espaço de troca horizontal⁶⁰ de informação entre as empresas de comunicação que realizam atividades concorrentes, para os mesmos consumidores, no mesmo mercado promete trazer ainda muita discussão entre o Executivo, o Legislativo e o Judiciário. Assim será possível a colaboração e a participação de todos os segmentos – sociedade civil organizada, sociedade empresarial, governo federal, e outras entidades relevantes de relação direta com a área – gerando um fortalecimento do seu processo de criação e manutenção.

Ao refletir e analisar, sobre suas práticas de gestão em andamento, com base nos documentos estatutários de sua constituição, a *TV Brasil* passa a assumir dentro do contexto histórico da radiodifusão brasileira, papel fundamental, pois colabora para pressionar o sistema de radiodifusão comercial privado, na direção de sua melhor adequação aos interesses coletivos. Ao examinar a função, o desempenho do Estado, e as relações de poder entre os diferentes grupos do governo e da sociedade civil organizada, envolvidos em sua criação, inclusive implantação, verificou-se que a nova emissora se constitui, em parte, num modelo alternativo e democrático de gestão e de funcionamento da televisão pública no país.

No entanto, cabe ressaltar a necessidade de repensar sua estrutura de gestão/administrativa de caráter Estatal para outra, talvez com características de fundação pública, assegurando desta forma uma atuação menos vinculada aos interesses do Estado. Como já foi dito anteriormente, sua ligação atual com a Secretaria de Comunicação do Palácio do Planalto requer atenção especial, para evitar uma atuação voltada aos interesses político partidários de um governo, conflitos de ordem ética, e para assegurar práticas de gestão e produção de conteúdos, de acordo com os seus princípios estatutários, que nortearão assim, sua sobrevivência dentro do sistema político atual.

Durante o exame do Estatuto de criação do Conselho Curador, foi possível constatar que apesar de seus membros serem indicados pelo Presidente da República, mecanismos

⁶⁰ A troca horizontal de informações ocorre entre as empresas que realizam atividades concorrentes, para os mesmos consumidores, no mesmo Mercado. MIRANDA, Luiz Carlos. *The Role of Interfirm Information Exchange and Choice of Coordination Mechanism on Performance in the U.S. Pork Supply Chain*. Unpublished Ph.D. Dissertation. University of Illinois (Urbana-Champaign). 1997, p. 33 e 34.

internos e externos, como por exemplo, as audiências públicas, sua ouvidoria, as pressões de organismos sociais etc., garantem a escolha de representantes que detém condições de atuar de forma isenta e qualificada em suas funções. Não parece ser a escolha, por meio de indicação do Presidente da República, o principal fator de discordância de alguns representantes da sociedade, mas a forma e os critérios dessa escolha, que pode levar a nomeação de membros nos conselhos, sem aderência e/ou conhecimento na área.

No entanto, a existência institucional de mecanismos de proteção como foi dito anteriormente, aliado a uma estrutura jurídica que define mandatos fixos de tempo é que asseguram uma prática isenta e democrática de atuação dos seus dirigentes/representantes.

Nos momentos em que a pesquisa examinou e analisou por meio de uma amostra de sua programação semanal em dois momentos distintos, e comparou com outras emissoras de caráter estatal e comercial, obteve como resultados informações que confirmaram que a *TV Brasil* pode sim ser considerada uma alternativa às televisões privadas e comerciais.

Mesmo diante das manifestações de telespectadores muitas vezes descontentes com relação aos horários de exibição de seus programas, o que se observou foi uma enorme defesa e apoio aos conteúdos veiculados pela TV pública. Os telespectadores, segundo os dados oficiais analisados confirmam a tese inicialmente formulada, de que a emissora aponta no sentido de ser uma alternativa às televisões comerciais existentes, mas deverá ainda realizar um árduo trabalho de divulgação e socialização de sua oferta de sinal, bem como um aprimoramento constante de sua grade de programação.

Um dos principais problemas apresentados nas “queixas” dos telespectadores, e também pela análise da oferta de seu sinal em todo o território nacional, disponibilizada através das mais variadas formas de recepção (cabo, parabólica, satélite etc.), refere-se ao fato de que a emissora ainda apresenta muitos problemas de ordem técnica, tanto de transmissão quanto de qualidade de sua imagem e som. Mesmo havendo uma norma que estabelece um padrão de qualidade em suas transmissões, a emissora ainda não dispõe de uma unidade garantida de suas transmissões pelo país e no exterior. Por depender das emissoras parceiras (TVs educativas e universitárias nos estados), que compõe uma rede de transmissão, ainda é difícil manter um padrão igual de imagem e som, e mesmo de conteúdo transmitido, por todo território nacional.

A questão do financiamento de emissoras públicas é central para garantir a sua autonomia e independência em relação ao Estado e ao mercado, e fica claro que a *TV Brasil* encontrou boas possibilidades de captação de parte de seus recursos, por meio dos editais de *pitchings* criados, que devolvem à emissora e aos telespectadores o investimento aplicado, através de conteúdos de qualidade preservando a identidade cultural nacional.

Refletir sobre a oportunidade que a *TV Brasil* oferece de criar um novo paradigma para o campo público de rádio e televisão. O primeiro passo de um processo que deve ainda, garantir a pluralidade de vozes e a convivência entre o sistema público, privado e estatal. Lograr a construção de referências junto aos seus telespectadores e coordenar um Sistema Público de Comunicação que possa expandir o modelo de gestão para as demais emissoras do campo público em todo o país. O modelo é positivo, pois busca oferecer uma comunicação pública independente da publicidade e dos interesses meramente comerciais, embora ainda preserve um pouco a dependência ao governo, mas que desenha uma autonomia jurídica e financeira, com possibilidade de eliminar o “fantasma” do sucateamento de sua estrutura, e garantir a transmissão de conteúdos inovadores, plurais, diversificados e regionalizados. A *TV Brasil* deve sim buscar aumentar sua audiência. Isso é, inclusive, uma obrigação legal que consta no inciso VII do artigo 3º da Lei 11.652/2008, que determina que a programação dos veículos da EBC deva ter “caráter competitivo na busca do interesse do maior número de ouvintes ou telespectadores”.

Na verdade, a maior garantia de que este patrimônio público de comunicação, que a emissora está construindo, seja realmente legitimado pela sociedade, será através da própria população, que ao se identificar com sua programação irá contribuir para o aumento da diversificação de conteúdos, o volume e a profundidade das informações transmitidas, e estimulando assim a reflexão sobre as questões nacionais.

Por isso é fundamental que a comunicação seja tratada como um serviço público, como um direito do cidadão. Assim, como já ocorre na educação, na saúde e com outras políticas públicas, será a própria população, mobilizada, que irá impedir a apropriação privada de patrimônio público.

A elaboração de um marco regulatório para a comunicação pública no país, também pode criar mecanismos de proteção contra ingerências oficiais, mas devemos contar com o aperfeiçoamento dos mecanismos democráticos de controle e avaliação.

Por fim, resta saber, em que medida a implantação da *TV Brasil* vem conseguindo seguir suas próprias diretrizes, face às complexas relações de poder que envolvem os personagens que compõem a cúpula da emissora, mas não há dúvidas de que a consolidação da nova emissora só virá com o tempo.

Nesse sentido consideramos que o objetivo da emissora se contempla em parte, já que as dificuldades que ainda enfrenta para divulgação da programação, e as questões de ordem técnica prejudicam sua atuação, mas mesmo com suas imperfeições a emissora está no caminho correto para contribuir na democratização da comunicação e da sociedade brasileira.

Finalmente, podemos afirmar que a *TV Brasil* apesar de ainda carecer de ajustes, representa uma conquista da sociedade brasileira, um importante organismo dentro do campo público da comunicação, e que para sua consolidação depende de um desafio prolongado no sentido de sua construção.

Referências Bibliográficas

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADORNO, Theodor. **A indústria cultural - O Iluminismo como mistificação de massas.** *In:* LIMA, Luiz da Costa. **Teoria da cultura de massa.** Rio de Janeiro: Saga, 1969.

_____. **A indústria cultural.** *In:* COHN, Gabriel. **Comunicação e indústria cultural.** São Paulo: Ed. Nacional/Edusp 1971.

BALOGH, Anna M. **O discurso ficcional na TV.** São Paulo: Edusp, 2002.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo.** Lisboa: Edições 70, 1988.

BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo.** Lisboa: Edições 70, 1995.

BAUER, Tristan. **La televisión publica novamente a la vanguardia.** *In:* Pensar los medios en la era digital. Iberamerica frente ao desafio de la convergencia, , 2010, p14-16.

BLUMER, J. G. e NOSSITER, T. J. **Broadcasting Finance in Transition.** Oxford: Oxford University Press, 1991.

BRITTOS, Valério (org.). **Comunicação, Informação e espaço público: exclusão no mundo globalizado.** Rio de Janeiro: Papel&Virtual, 2002, 206p.

BOLAÑO, C. R. S. **Mercado Brasileiro de Televisão.** Aracaju: Programa Editorial da Universidade Federal de Sergipe, 1988.

BOSI, A. **Dialética da Colonização.** Cia das Letras, São Paulo, 1972.

BOURDIEU, Pierre. **Gostos de classe e estilo de vida.** *In:* *Bourdieu.* São Paulo: Ática, 1983. (Col. Grandes Cientistas Sociais).

_____. **Sobre Televisão.** Rio de Janeiro: Zahar, 1997.

_____. **O Poder Simbólico.** TOMAZ, Fernando (trad.), 2.ed., Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1998.

BUCCI, Eugênio (Org.). **A TV aos 50: criticando a televisão brasileira no seu cinquentenário.** São Paulo: Ed. Fundação Perseu Abramo, 2000.

_____. **Brasil em tempo de TV.** São Paulo: Boitempo Editorial, 1996.

_____. **Em Brasília, 19 horas: a guerra entre a chapa-branca e o direito à informação no primeiro governo Lula.** Rio de Janeiro: Editora Record, 2008.

_____. **Uma revolução pelo óbvio.** *In:* Revista Meio & Mensagem, São Paulo, 24 de julho de 2006.

CARMONA, Beth & MARCUS, Flora (orgs.). **O desafio da TV pública: uma reflexão sobre a sustentabilidade e qualidade**. Rio de Janeiro: TVE Rede Brasil, 2003, 128p.

CALDAS, Graça. **Leitura Crítica da Mídia: educação para a cidadania**. In *Comunicarte*, v.19, nº25, 2002, pg. 133-144.

_____. **O Latifúndio do Ar: Mídia e Poder na Nova República**. Tese de Doutorado, ECA/USP, 1988.

_____. **Mídia e memória: a construção coletiva da história e o papel do jornalista como historiador do cotidiano**, pp137-149. In: BEZZON, L. C. (org.) *Comunicação, Política e Sociedade*. Alínea, Campinas. São Paulo, 2005.

CANCLINI, Néstor García. **Culturas Híbridas: Estratégias para Entrar e Sair da Modernidade**. Trad. Heloíza Pezza Cintrão, Ana Regina Lessa. 4ªed. São Paulo: EDUSP, 2003 e 1ªed.1997.

CAPARELLI, S.. **Comunicação de Massa sem Massa**. São Paulo: Editora Cortez, 1980.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede. A era da informação: economia, sociedade e cultura**. Volume 1, São Paulo: Editora Paz e Terra, 2a. ed., 1999.

CHAUI, Marilena. **Simulacro e Poder: Uma análise da Mídia**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2006.

CHOMSKY, Noam e HERMAN, Edward S.; **A Manipulação do Público, Política e Poder Econômico no uso da Mídia Editora**, São Paulo: Futura; 1ª Ed., 2003.

COELHO, Cláudio Novaes Pinto & CASTRO, Valdir José de. (orgs.) **Comunicação e sociedade do espetáculo**. São Paulo: Paulus, 2006.

COSTA, Caio Túlio. **Modernidade Líquida, Comunicação Concentrada**. Atualiza o Capítulo 17 do livro *O Relógio de Pascal*, do autor, publicado em São Paulo pela Siciliano em 1991. Disponível em:

<<http://www.dnabrasil.org.br/site/publique/media/Midia%20Paper%201.pdf>>. Acesso em: 1 ago. 2005.

DEBORD, G. **A Sociedade do Espetáculo**. Rio de Janeiro: Editora Contraponto. 1997.

DENCKER, Ada de Freitas Maneti; DA VIÁ, Sarah Chucid. **Pesquisa empírica em ciências humanas (com ênfase em comunicação)**. São Paulo: Futura, 2001.

DERVIN, Brenda. **Em alguna parte entre la poesia y la prosa, el hecho y el sentimiento, las superficies y los secretos: Luis Beltrán, el campo de al comunicación en EE.UU. y yo** In MARQUES DE MELO, José & BRITTES, Juçara Gorski (orgs.). *A trajetória comunicacional de Luis Ramiro Beltrán*. São Bernardo do Campo: Editora UMESP, 1998, p. 77-86.

DUARTE, Jorge Antonio Menna (org) **Comunicação Pública: estado, mercado, sociedade e interesse público**. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2007. v. 1. 200 p.

ECO, Umberto. **Tevê: a transparência perdida**. In: ECO, Umberto. *Viagem na Irrealidade Cotidiana*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.

_____. **Enredo e Casualidade**. In: ECO, Umberto. *Obra Aberta*. São Paulo: Perspectiva, 1976.

_____. **Apocalípticos e integrados**. São Paulo: Perspectiva, 6ed. 2001.

EPSTEIN, Isaac. **Divulgação Científica: 96 verbetes**. Campinas. SP. Pontes, 2002.

FADUL, Anamaria. **A internacionalização da mídia brasileira**. Comunicação e Sociedade. São Bernardo do Campo: UMESP n°30 p.67 – 91, 1998.

FAORO, Raymundo. **Os Donos do Poder, Formação do Patronato Político Brasileiro**. Porto Alegre: Editora Globo, 1958.

FERRÉS, Joan. **Televisão Subliminar: socializando através de Comunicações Despercebidas**. trad. Ernani Rosa e Beatriz A. Neves. Porto Alegre: Artmed, 1998.

FISKE, J. e J. HARTLEY. **Reading Television**. London: Methuen, 1982.

Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC). <http://www.fndc.org.br/Data/PropFNDCDoc-MinicomTVDigital.pdf>

FOUCAMBERT, Jean. **Revista Nova Escola**, p.25, março 1993.

FUENZALIDA, Valério. **La Televisión pública en América Latina. Reforma o privatización**. Santiago, FCE, 2000.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5.ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GOMES, Vera Cândida Pinto. **A mediação do discurso político pela comunicação social**. Lisboa: CIARI, 2004.

GOHN, Maria da Glória. **Movimentos sociais no início do século XXI: antigos e novos atores sociais**. Petrópolis/RJ: Vozes, 2003.

_____. **O protagonismo da sociedade civil: movimentos sociais, ONGs e redes solidárias**. São Paulo: Cortez, 2005.

GOMM, Roger, HAMMERSLEY, Martin, FOSTER, Peter (Ed). **Case Study Method**. London: Sage Publications, 2000.

GRIGNAFFINI, Giorgio. **I generi televisivi**. Roma: Carocci, 2005

HAMELINK, Cees J. **Preserving media: regulatory frameworks**. Paris: Unesco, 1999.

HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural da esfera pública**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 5ª edição. Rio de Janeiro: DP&A editora, 2001.

HOLLANDA, Sergio Buarque. **Raízes do Brasil**. Rio de Janeiro, Editora José Olímpio, 1936.

IANNI, Octavio. **A Aldeia Global**. In **Teorias da globalização**. 4ª ed., Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1996, 272p.

JOST, François. **Seis lições sobre televisão**. Porto Alegre: Sulina, 2003.

_____. **Em nome do real**. In: DUARTE, Elizabeth Bastos; DIAS DE CASTRO, Maria Lilia (orgs.). **Televisão entre o mercado e a academia**. Porto Alegre: Sulina, 2006.

LEAL FILHO, Laurindo. **A melhor TV do mundo, o modelo britânico de televisão**. São Paulo: Summus, 1997.

LEAL, Ondina Fachel. **A leitura social da novela das oito**. São Paulo: Vozes, 1985.

LIMA, Venício A. de. “Excrescências” do direito à comunicação Observatório da Imprensa. 23 de março de 2010. Edição nº582. Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/excrescencias-do-direito-a-comunicacao>

LIMA, Venício A. de. **Mídia: teoria e política**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2001.

LINS DA SILVA, Carlos Eduardo. **Muito além do jardim botânico - um estudo sobre a audiência do Jornal Nacional da Globo entre trabalhadores**. São Paulo, Summus, 1985.

MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério**. 2ª ed, São Paulo: Senac, 2001.

MARQUES DE MELO, José. **História do pensamento comunicacional**. São Paulo: Paulus, 2003.

_____. **Para uma Leitura Crítica da Comunicação**. São Paulo: Edições Paulinas, 1978.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. 4ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2006, p.196

_____. **Globalização comunicacional e transformação cultural.** In: MORAIS, Denis de (org). *Por uma outra comunicação: mídia, mundialização cultural e poder.* Rio de Janeiro: Record, 2005.

MIRANDA, D. **TV Pública no Brasil.** Comunicação e Democracia. Le Monde Diplomatique Brasil, Outubro, 2007, p, 4, 5.

MIRANDA, Luiz Carlos. **The Role of Interfirm Information Exchange and Choice of Coordination Mechanism on Performance in the U.S. Pork Supply Chain.** Unpublished Ph.D. Dissertation. University of Illinois (Urbana-Champaign). 1997.

MOTA, Regina. **TV Pública no Brasil: a construção de um projeto ético e estético.** Relatório Final de Pesquisa. UFMG, 2005.

MOTTER, P. **O uso político das concessões de emissoras de rádio e televisão no governo Sarney.** Apresentado ao 26º Congresso Nacional dos Jornalistas, Curitiba, 1991. Mimeografado.

MORAN, José Manuel. **Interferências dos meios de comunicação no nosso conhecimento.** INTERCOM Revista Brasileira de Comunicação. São Paulo, XVII (2):38-49, julho-dezembro 1994.

MATTELART, Armand. **Comunicação-mundo. História das idéias e das estratégias.** Petrópolis: Vozes, 1994.

MATTOS, Sérgio. **A televisão no brasil: 50 anos de história (1950-2000).** Salvador: Edições Inamá, 2000, 176 p.

_____. **Um perfil da TV brasileira.** Salvador: A Tarde, 1990.

MATTOS, Sérgio (org.). **A televisão na era da globalização.** Salvador – São Paulo: Intercom, GT Televisão, 1999.

_____. **A televisão e as políticas regionais de comunicação.** Salvador – São Paulo: Intercom, GT Televisão, 1997, 118p.

MORIN, E. **A cabeça bem-feita: repensar a reforma, reformar o pensamento.** 9. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2004

MOURA, Tânia Maria de Melo. **A Prática Pedagógica dos Alfabetizadores de Jovens e Adultos: contribuições de Freire, Ferreiro e Vygotsky.** Alagoas: Editora da Universidade Federal de Alagoas (EDUFAL), 1999.

NAGEL, E. **Problemas metodológicos das Ciências Sociais.** In Cap. XIII “La Estructura de la Ciência”, Ed. Paidós, B.A. 1970 p. 66-73.

ORTIZ, Renato. **A Moderna Tradição Brasileira: Cultura Brasileira e Indústria Cultural**. Brasiliense, São Paulo, 2006.

PASSARELLI, B. **Teoria das múltiplas inteligências aliada à multimídia na educação: novos rumos para o conhecimento**. Disponível em: <http://bpassarelli.futuro.usp.br/pos>
Acesso em: 18 nov. 2004.

POULANTZAS, Nico. **O Estado, o poder, o socialismo**. Rio de Janeiro: Graal, 1978.

POLISTCHUK, Ilana e RAMOS TRINTA, Aluizio. **Teorias da Comunicação**. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

POPPER, Karl. **Televisão – Um perigo para a democracia**. Lisboa: Gradiva Publicações, 1995.

QUIVY, Raymond; VAN CAMPENHOUDT, Luc. **Manual de investigação em ciências sociais**. Lisboa: Gradiva, 1998. MARQUES, João Minhoto, MENDES, Maria Amália e CARVALHO, Maria (trad.).

RAMALHO, A. R. **A TV Universitária como ponte entre a produção científica e as massas: a TV FEEMA em Assis, SP**. Dissertação de Mestrado, Universidade de Marília, 2005.

REY, Gérman. O cenário móvel da televisão pública Alguns elementos do contexto. *In*: RINCÓN, Omar (Org.). **Televisão Pública: do consumidor ao cidadão**. São Paulo: Friedrich Ebert Stiftung, 2002, p. 41-79.

RICHERI, Giuseppe. **La transición de La televisión: análisis Del audiovisual como empresa de comunicación**. Barcelona: Bosch, 1994.

SANTAELLA, Lucia. **Comunicação & pesquisa: projetos para mestrado e doutorado**. São Paulo: Hacker, 2002.

SARTORI, Giovanni. **Homo videns, televisão e pós-pensamento**. Trad. Antonio Angonese, São Paulo: EDUSC, 2001.

SCHRAMM, Wilbur. *Comunicação de massa e desenvolvimento*. Rio de Janeiro: Bloch, 1970, 439 p.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **A metodologia do trabalho científico**. 22ª ed., São Paulo: Cortez, 2002.

SILVEIRA, Sérgio Amadeu da. **A parte que te cabe: entenda os interesses que estão por trás da reunião de cúpula da sociedade da informação**. Educação, São Paulo, 64-65, set. 2002.

SOARES, Ismar de Oliveira. **Comunicação & neoliberalismo: a vigência das políticas (alternativas) de comunicação.** In: MARQUES DE MELO, José & BRITTES, Juçara Gorski (orgs.). *A trajetória comunicacional de Luiz Ramiro Beltrán.* São Bernardo do Campo: Editora UMESP, 1998, p. 63-73.

SODRÉ, M. **O Monopólio da Fala.** Função e Linguagem da Televisão no Brasil. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 1981.

SORJ, Bernardo. **Brasil@povo.com: a luta contra a desigualdade na Sociedade da Informação.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed.; Brasília, DF: Unesco, 2003, 176p.

SOUSA, Mauro Wilson de (org). **Recepção mediática e espaço público, novos olhares.** São Paulo: Paulinas, 2006.

SQUIRRA, Sebastião Carlos de Moraes. **O Século Dourado - A Comunicação Eletrônica nos EUA.** 1ª. ed. São Paulo: Summus, 1995. v. 1. 144 p.

STAKE, Robert E. **Investigación con Estudio de Casos.** 3ª edição. Madrid: Ediciones Morata, 1998.

STRAUBHAAR, Joseph; LaROSE, Robert. **Comunicação, Mídia e tecnologia.** Trad. José Antonio Lacerda Duarte, Revisão Técnica Luiz Guilherme Duarte, São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.

STEVANIM, L. F. F. **Experiências de televisões públicas no mundo: distinções para o conceito de público.** In: XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, 2008, São Paulo. Anais do XIII Intercom Sudeste. São Paulo: Intercom, 2008.

STUDART-GUIMARÃES, Cecília Rodrigues. **Comunicação estratégica para a mudança social no contexto da implementação de políticas públicas.** 2002. 118 p. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Faculdade de Ciências da Comunicação, Universidade de Brasília, Brasília.

STUMPF, Ida R.C. Pesquisa Bibliográfica. In: DUARTE, J.; BARROS, A. [Orgs.]. **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação.** São Paulo: Atlas, 2005, p.51-61

TOSTA, Wilson. **TV Brasil atinge menos de 1% do País,** O Estado de S. Paulo, 30 nov.2008. Disponível em: https://www2.gestao.presidencia.serpro.gov.br/secom/folder_noticias/2008/12/tvr1dez2c
Acesso em: 12 dez. 2008.

THOMPSON, John B. **A Mídia e a Modernidade.** Petrópolis: Vozes, 1998.

_____. **Ideologia e cultura moderna – teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa.** Petrópolis: Vozes, 1995.

TRIVIÑOS, Augusto. N. S. **Introdução à Pesquisa em Ciências Sociais: a pesquisa qualitativa em educação.** São Paulo: Atlas, 1987

VALENTE, Jonas Chagas Lúcio **TV Pública no Brasil, a criação da TV Brasil e sua inserção no modo de regulação setorial da televisão brasileira.** 2009. 206 p. Dissertação (Mestrado em Comunicação)-Universidade de Brasília, Brasília.

VERÓN, Eliseo. **El living y sus dobles. Arquitecturas de la Pantalla Chica.** In: VERÓN, Eliseo. *El cuerpo de las imágenes.* Bogotá: Grupo Editorial Norma, 2001.

_____. **Conducta, estructura y comunicación: escritos teóricos 1959-1973.** Buenos Aires: Jorge Alvarez, 1968. COHN, Amélia (trad.), 2ªed., São Paulo: Cutrix, 1977.

YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos.** 3ª Ed. Trad. Daniel Grassi, Porto Alegre: Bookman, 2005.

WOLTON, Dominique. **Elogio do grande público. Uma teoria crítica da televisão.**São Paulo: Ática, 1996.

_____. **Pensar a Comunicação.** Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2004. p.544. ADGHIRNI, Zélia Leal (trad.)

WILLIAMS, Raymond. **Television: technology and cultural form.** Technosphere Series, London: Collins, 1974.

WOLF, Mauro. **Géneros y Televisión.** Análisi, 9, 1984.

Revistas

INTERCOM. Revista Brasileira de Comunicação. São Paulo: INTERCOM. 1994, p.38-49.

Meio & Mensagem

Tela Viva ano 16 # 172 junho de 2007 p.26.

Democracia Revista do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação

Sites Consultados

Agência Brasil <http://www.radiobras.gov.br/abrn/brasilagora/materia.phtml?materia=217585> de 25 de 02 de Março de 2005 16h05.

UOL <http://noticias.uol.com.br/ultnot/2005/10/19/ult26u20032.jhtm> Acesso em: 19/10/2005 - 13h23

TV Brasil http://www.tvbrasil.org.br/default_br.asp Acesso em: 26/05/2008 - 13h23.

Anexos
Volume 2