

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA “JÚLIO DE MESQUITA FILHO”
FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES E COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO:
PROCESSOS MIDIÁTICOS E PRÁTICAS SOCIOCULTURAIS

AUGUSTO JUNIOR DA SILVA SANTOS

**A EXPERIÊNCIA DO BRASIL EM RADIODIFUSÃO INTERNACIONAL E A
REPRESENTAÇÃO DOS ASPECTOS CULTURAIS DO PAÍS**

BAURU
2017

AUGUSTO JUNIOR DA SILVA SANTOS

**A EXPERIÊNCIA DO BRASIL EM RADIODIFUSÃO INTERNACIONAL E A
REPRESENTAÇÃO DOS ASPECTOS CULTURAIS DO PAÍS**

Dissertação de mestrado apresentada ao Programa de Pós-graduação em Comunicação da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, campus Bauru, como requisito para a obtenção do título de Mestre em Comunicação, sob a orientação do Professor Doutor Carlo José Napolitano.

BAURU
2017

Santos, Augusto Junior da Silva.

A experiência do Brasil em radiodifusão internacional e a representação dos aspectos culturais do país/ Augusto Junior da Silva Santos, 2017
192 f.

Orientador: Carlo José Napolitano

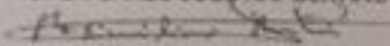
Dissertação (Mestrado)-Universidade Estadual Paulista. Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Bauru, 2017

1. Comunicação Internacional. 2. Radiodifusão.
3. TV Brasil Internacional. 4. Diplomacia pública. I.
Universidade Estadual Paulista. Faculdade de
Arquitetura, Artes e Comunicação. II. Título.

ATA DA DEFESA PÚBLICA DA DISSERTAÇÃO DE MESTRADO DE AUGUSTO JÚNIOR DA SILVA SANTOS, DISCENTE DO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO, DA FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES E COMUNICAÇÃO - CÂMPUS DE BAURU.

Aos 31 dias do mês de outubro do ano de 2017, às 15:00 horas, no(a) Auditório dos Programas de Pós-graduação da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, reuniu-se a Comissão Examinadora da Defesa Pública, composta pelos seguintes membros: Prof. Dr. CARLO JOSE NAPOLITANO - Orientador(a) do(a) Departamento de Ciências Humanas / Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação de Bauru, Prof. Adj. MAXIMILIANO MARTIN VICENTE do(a) Departamento de Ciências Humanas / Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação de Bauru, Prof.ª Dr.ª SONIA VIRGÍNIA MOREIRA do(a) departamento de Jornalismo / Universidade do Estado do Rio de Janeiro, sob a presidência do primeiro, a fim de proceder a arguição pública da DISSERTAÇÃO DE MESTRADO de AUGUSTO JÚNIOR DA SILVA SANTOS, intitulada **A experiência do Brasil em radiodifusão internacional e a representação dos aspectos culturais do país**. Após a exposição, o discente foi arguido oralmente pelos membros da Comissão Examinadora, tendo recebido o conceito final: APROVADO. Nada mais havendo, foi lavrada a presente ata, que após lida e aprovada, foi assinada pelos membros da Comissão Examinadora.


Prof. Dr. CARLO JOSE NAPOLITANO


Prof. Adj. MAXIMILIANO MARTIN VICENTE


Prof.ª Dr.ª SONIA VIRGÍNIA MOREIRA

Aos meus pais,

José e Nilza.

AGRADECIMENTOS

Ao meu orientador, Prof. Dr. Carlo José Napolitano, por ter confiado no meu trabalho, pelas produções conjuntas e por todo o apoio fornecido durante o período do mestrado.

Ao Prof. Dr. Maximiliano Martín Vicente e ao Prof. Dr. Danilo Rothberg por terem feito valiosas contribuições durante a minha banca de qualificação.

Ao Prof. Dr. William Youmans por ter me supervisionado e recepcionado durante o meu estágio na George Washington University, nos Estados Unidos.

À Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP) pelo fomento a este trabalho (processo: 15/11783-1) e pela Bolsa de Estágio de Pesquisa no Exterior (BEPE) (processo: 16/08531-3).

A minha família por todo o suporte, incentivo e confiança.

Aos amigos que me acompanharam durante o desenvolvimento deste estudo.

À Universidade Estadual Paulista e aos funcionários da seção de pós-graduação.

SANTOS, A. J. S. **A experiência do Brasil em radiodifusão internacional e a representação dos aspectos culturais do país.** (2017). Dissertação de Mestrado (Mestrado Acadêmico em Comunicação) – FAAC – UNESP, sob a orientação do Prof. Dr. Carlo José Napolitano. Bauru, 2017.

RESUMO

O termo radiodifusão internacional se refere à uma modalidade de veículos de rádio e televisão financiados por Estados-nacionais e direcionados a públicos estrangeiros (PRICE, 2002). A atuação estratégica dessas emissoras pode ser compreendida sob a perspectiva da diplomacia pública. Nesse sentido, afirma-se que elas são utilizadas como instrumentos que buscam, por exemplo, promover a imagem de seus respectivos países patrocinadores e gerar, assim, *soft power*. Diante desse contexto, esta investigação se debruçou sobre a experiência brasileira em radiodifusão internacional: a TV Brasil Internacional, a qual foi criada em 2010 dentro da Empresa Brasil de Comunicação (EBC). O objetivo principal desta pesquisa foi identificar de que maneira o referido veículo representa os aspectos culturais do Brasil mundo afora. Para tanto, com base no princípio constitucional que determina que a programação de estações de rádio e televisão promovam a cultura nacional e regional do país (artigo 221, II), foi conduzida uma análise de conteúdo das reportagens exibidas pelo telejornal que compõe a grade da TV Brasil Internacional, o Repórter Brasil. Os resultados demonstraram que diversas identidades e realidades culturais do país foram representadas, fato que pode contribuir para a desconstrução de estereótipos sobre o Brasil. No entanto, verificou-se que o canal perdeu sua essência internacional e que ele parece estar caminhando em direção ao seu fim.

Palavras-chave: comunicação internacional; radiodifusão internacional; diplomacia pública; TV Brasil Internacional; representação cultural.

SANTOS, A. J. S. **Brazil's experience in international broadcasting and the representation of the country's cultural aspects.** (2017). Master's thesis (Masters in Communication degree) – FAAC – UNESP, under the supervision of Prof. Dr. Carlo José Napolitano. Bauru, 2017.

ABSTRACT

The term international broadcasting refers to a category of state-sponsored media directed at foreign audiences (PRICE, 2002). The strategic operation of these broadcasters might be comprehended from the public diplomacy perspective. In this sense, they are used as an instrument in order to promote, for instance, the image of their respective sponsor countries and to fuel soft power. In light of this context, this research focused on the Brazilian experience in international broadcasting: TV Brasil Internacional, which was established in 2010 within Brazil Communication Company (EBC). The main objective of this study was to identify how this TV channel represents the cultural aspects of the country. Thus, it was conducted a content analysis of its news stories in light of the constitutional principal that establishes that radio and TV stations must promote the national and regional culture of the country (article 221, II). The outcomes showed that different cultural identities and realities of Brazil were conveyed, which might contribute to the deconstruction of stereotypes about this country. However, it was also verified that this Brazilian TV channel has lost its international identity as well as it seems to be moving toward its end.

Keywords: international communication; international broadcasting; public diplomacy; TV Brasil Internacional; cultural representation.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Procedimento metodológico executado com o propósito de identificar como os aspectos culturais do Brasil são representados pelo veículo internacional da EBC.	100
Figura 2: Reportagem Banco do Brasil.....	110
Figura 3: Reportagem Banco do Brasil.....	110
Figura 4: Reportagem Mercedes de Batista	110
Figura 5: Reportagem Mercedes de Batista	110
Figura 6: Reportagem Prêmio de Cinema Brasileiro.....	111
Figura 7: Reportagem Prêmio de Cinema Brasileiro.....	111
Figura 8: Reportagem Feira para artesãos.....	112
Figura 9: Reportagem Feira para artesãos.....	112
Figura 10: Reportagem Fernando Sabino	113
Figura 11: Reportagem Fernando Sabino	113
Figura 12: Reportagem Bienal.....	113
Figura 13: Reportagem Bienal.....	113
Figura 14: Reportagem hábitos de leitura	114
Figura 15: Reportagem hábitos de leitura	114
Figura 16: Reportagem Renato Russo	115
Figura 17: Reportagem Renato Russo	115
Figura 18: Reportagem Tom Zé	115
Figura 19: Reportagem Tom Zé	115
Figura 20: Reportagem Nossa Senhora Aparecida.....	116
Figura 21: Reportagem Nossa Senhora Aparecida.....	116
Figura 22: Reportagem São Judas Tadeu.....	116
Figura 23: Reportagem São Judas Tadeu.....	116
Figura 24: Reportagem aniversário do Bixiga	119
Figura 25: Reportagem aniversário do Bixiga	119
Figura 26: Reportagem exposição Lina Bo Bardi	119
Figura 27: Reportagem exposição Lina Bo Bardi	119
Figura 28: Reportagem exposição Hilda Moura.....	120
Figura 29: Reportagem exposição Hilda Moura.....	120
Figura 30: Reportagem exposição Aurino Bonfim.....	121
Figura 31: Reportagem exposição Aurino Bonfim.....	121
Figura 32: Reportagem painéis grafitados em Salvador	121
Figura 33: Reportagem painéis grafitados em Salvador	121
Figura 34: Reportagem exposição universo dos orixás	122
Figura 35: Reportagem exposição universo dos orixás	122
Figura 36: Reportagem proibição vaquejadas I.....	123
Figura 37: Reportagem proibição vaquejadas I.....	123
Figura 38: Reportagem proibição vaquejadas II	123
Figura 39: Reportagem proibição vaquejadas II	123
Figura 40: Reportagem Riomarket	124
Figura 41: Reportagem Riomarket	124
Figura 42: Reportagem escola da música em São Luiz	125
Figura 43: Reportagem escola da música em São Luiz	125
Figura 44: Reportagem Flica	125
Figura 45: Reportagem Flica	125
Figura 46: Reportagem projeto ida e volta.....	126

Figura 47: Reportagem projeto ida e volta.....	126
Figura 48: Reportagem teatro de bonecos.....	126
Figura 49: Reportagem teatro de bonecos.....	126
Figura 50: Reportagem Nossa Senhora de Nazaré	127
Figura 51: Reportagem Nossa Senhora de Nazaré	127
Figura 52: Reportagem Ecomuseu do Cipó	128
Figura 53: Reportagem Ecomuseu do Cipó	128
Figura 54: Reportagem festa em Laranjeira.....	128
Figura 55: Reportagem festa em Laranjeira.....	128
Figura 56: Reportagem Louvre	131
Figura 57: Reportagem Louvre	131
Figura 58: Reportagem exposição Picasso.....	132
Figura 59: Reportagem exposição Picasso.....	132
Figura 60: Reportagem Festival de Cinema I.....	132
Figura 61: Reportagem Festival de Cinema I.....	132
Figura 62: Reportagem Festival de Cinema II	133
Figura 63: Reportagem Festival de Cinema II	133
Figura 64: Reportagem Mostra de Cinema SP	133
Figura 65: Reportagem Mostra de Cinema SP	133
Figura 66: Reportagem Anima Mundi.....	134
Figura 67: Reportagem Anima Mundi.....	134
Figura 68: Reportagem exposição Sankofa.....	135
Figura 69: Reportagem exposição Sankofa.....	135
Figura 70: Reportagem visita à tribo	136
Figura 71: Reportagem visita à tribo	136
Figura 72: Reportagem exposição povos indígenas	136
Figura 73: Reportagem exposição povos indígenas	136
Figura 74: Reportagem “Dia de los Muertos”.....	137
Figura 75: Reportagem “Dia de los Muertos.....	137
Figura 76: Frequência com que estados brasileiros apareceram na editoria de cultura no telejornal Repórter Brasil em outubro de 2016	139

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Exemplos de emissoras de radiodifusão internacional em operação.	24
Quadro 2: Transformações na prática da diplomacia pública	29
Quadro 3: Comparação entre quatro emissoras de radiodifusão internacional	51
Quadro 4: Comparação entre cinco emissoras de radiodifusão internacional.....	97
Quadro 5: Classificação das reportagens do Repórter Brasil em editorias	101
Quadro 6: Categorias desenvolvidas com o propósito de identificar como os aspectos culturais do Brasil são representados pelo veículo internacional da EBC	102
Quadro 7: Codificação das reportagens de cultura exibidas pelo telejornal Repórter Brasil em outubro de 2016	104
Quadro 8: Categoria “cultura nacional” e subcategorias	109
Quadro 9: Categoria “cultura regional” e subcategorias.....	118
Quadro 10: Categoria “relação intercultural” e subcategorias	130

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Frequência de conteúdos por editoria (reportagens exibidas pelo Repórter Brasil em outubro de 2016).....	103
Gráfico 2: Frequência de reportagens em cada categoria	108
Gráfico 3: Frequência por elementos culturais.....	108

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	14
CAPÍTULO II – Radiodifusão internacional: a mídia como instrumento diplomático	
2.1 Por um sentido amplo de radiodifusão.....	18
2.2 Radiodifusão internacional.....	21
2.3 Diplomacia pública e <i>soft power</i>	27
2.4 Experiências em radiodifusão internacional.....	32
2.4.1 Rádio e Televisão de Portugal Internacional.....	32
2.4.2 <i>BBC World Service</i>	37
2.4.3 <i>Deutsche Welle</i>	40
2.4.4 <i>Voice of America</i>	44
2.4.5 Balanço final.....	49
CAPÍTULO III – Representação, cultura e mundialização	
3.1 Representação social	53
3.2 Construção simbólica da identidade e cultura nacional	56
3.3 Apontamentos sobre a noção de identidade e cultura brasileira.....	58
3.4 Mundialização da cultura	63
3.5 Diversidade, pluralidade e interculturalidade.....	66
CAPÍTULO IV – A experiência brasileira em radiodifusão internacional	
4.1 Cenário regulatório da radiodifusão no Brasil	71
4.1.1 Garantias para a pluralidade.....	75
4.1.2 Complementaridade e o conceito de radiodifusão pública	78
4.2 Empresa Brasil de Comunicação (EBC)	83
4.3 TV Brasil - Canal <i>Integración</i>	88
4.4 TV Brasil Internacional	91
4.4.1 Articulação com outras emissoras	96
CAPÍTULO V – As culturas do Brasil para além das fronteiras	
5.1 Procedimento metodológico.....	99
5.2 Quantificação dos dados	103
5.3 A representação dos aspectos culturais do país	109
5.3.1 Cultura nacional	109
5.3.2 Cultura regional.....	117
5.3.3 Relação intercultural.....	130
5.4 Balanço final	138
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	142
REFERÊNCIAS	147
ANEXO: Grade Base da TV Brasil Internacional	155
APÊNDICE I: Coleta Repórter Brasil	156
APÊNDICE II: Entrevistas	178

INTRODUÇÃO

Ao longo da história, motivações de ordem econômica, política e militar impulsionaram o desenvolvimento e o aprimoramento de tecnologias da informação e comunicação (TIC), fato que levou as práticas e os processos midiáticos a se expandirem globalmente. A criação do telégrafo, a ascensão de agências internacionais de notícias e a exploração do espaço eletromagnético por empresas internacionais são fenômenos catalisadores da atual dinâmica transnacional da comunicação. Nas últimas décadas, o setor passou a ser alvo de “investimentos pesados, gerando fusões e toda sorte de alianças corporativas, devido à possibilidade aberta para o incremento dos negócios e à midiaticização da sociedade atual, o que concede centralidade à mídia” (BRITTOS, 2005, p. 134). Além da formação dos conglomerados globais midiáticos, a comercialização *cross-border* de conteúdos e formatos televisivos, os investimentos em emissoras de rádio e televisão de abrangência internacional, bem como a essência da internet e das redes sociais de transcender fronteiras são alguns dos aspectos que sintetizam o caráter internacional da comunicação.

A esfera global da mídia, contudo, não é movida apenas por interesses financeiros. Como pontuado, motivações políticas e militares também permeiam esse campo. Com base nessa premissa e levando em consideração a existência de emissoras internacionais que não visam ao lucro, esta pesquisa se debruçou sobre a *international broadcasting* ou radiodifusão internacional. Trata-se de uma categoria composta por canais de rádio e televisão direcionados a um público no exterior e financiados pelo orçamento público, sendo seus objetivos, geralmente, ligados à promoção da imagem, valores e interesses de seus respectivos países. Essa classe de emissoras surgiu pouco depois do fim da Primeira Guerra Mundial, quando os Estados, sobretudo os da Europa, passaram a utilizar o rádio como instrumento para disseminar propaganda. Durante a Segunda Guerra Mundial e a Guerra Fria, a radiodifusão internacional foi explorada com o intuito de interferir nos rumos dos conflitos, sinalizando a compreensão dos Estados de que uma guerra também é disputada no campo simbólico.

As transformações tecnológicas e políticas das últimas décadas significaram uma eclosão de desafios a essas emissoras. No contexto mundial constituído após o final da Guerra Fria, o modelo propagandista emergido do período entreguerras havia se tornado obsoleto, forçando a radiodifusão internacional a se reinventar. Assim, novos objetivos foram traçados para essas emissoras, como o de levar notícias a países que não contam com liberdade de

imprensa ou com um mercado midiático desenvolvido. Outras são utilizadas como um meio a partir do qual emigrantes podem manter contato com seus respectivos países de origem. De forma geral, o perfil das emissoras que compõem esse grupo é diverso, seja no âmbito dos serviços oferecidos, no do modelo de gestão ou no de financiamento.

A principal característica da radiodifusão internacional é que ela carrega uma essência estratégica. Ela foi e continua sendo utilizada, em diferentes medidas, como um braço da política externa dos países que mantêm essa modalidade de serviço midiático. Nesse sentido, essa categoria de emissoras direcionadas ao exterior se configura como um instrumento de diplomacia pública, ou seja, elas são utilizadas e financiadas estrategicamente por atores políticos em troca de influência e do estabelecimento de relações que correspondam aos interesses nacionais. Trata-se de uma conexão entre veículos de comunicação e negociações diplomáticas a fim de construir uma imagem positiva de um Estado, fazendo com que seu status na comunidade internacional seja alavancado. Em outras palavras, a diplomacia pública é um elemento que pode fortalecer o *soft power* de um país.

Ao promoverem mundialmente a imagem de seus Estados patrocinadores, as emissoras de radiodifusão internacional podem afetar a percepção do público sobre a nação de onde são provenientes, ou seja, a representação que disseminam por meio de seus conteúdos contribuem para a construção de novos sentidos sobre seus “lares”. No que concerne especificamente à cultura, a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO) recomendou, em 2009, que as representações presentes em artefatos simbólicos sejam analisadas a fim de identificar seu grau de relação com a realidade e com a diversidade. Assim, a partir da noção de cultura como uma entidade dinâmica, pode-se questionar: essas representações contemplam a heterogeneidade cultural dos países?; As noções de cultura e identidade nacional divulgadas no exterior rompem com os estereótipos?; Elementos e expressões culturais regionais são promovidas? Verificar como essas emissoras representam a cultura de países no cenário internacional significa ainda compreender como os Estados atuam no processo de mundialização.

Alguns exemplos que compõem esse grupo de emissoras são a Rádio e Televisão de Portugal Internacional (RTPi); a *BBC World Service*, do Reino Unido; a *Deutsche Welle* (DW), da Alemanha; e a *Voice of America* (VOA), dos Estados Unidos. No Brasil, a primeira experiência em radiodifusão internacional é representada pela TV Brasil – Canal *Integración*, veículo criado em 2005, sob a supervisão da extinta Radiobrás, pelo então Presidente Luiz Inácio Lula da Silva, com o objetivo de integrar a América Latina. Em 2010, o canal foi

substituído pela TV Brasil Internacional, integrante da Empresa Brasil de Comunicação (EBC), com o propósito de alcançar outros continentes e de estabelecer relações com as comunidades brasileiras no exterior.

Com base nesse quadro teórico, esta pesquisa focou no serviço brasileiro de radiodifusão internacional, estipulando como objetivo principal identificar de que maneira a TV Brasil Internacional representa os aspectos culturais do país mundo afora. Para isso, a investigação se limitou a desempenhar uma análise de conteúdo das reportagens veiculadas pelo telejornal Repórter Brasil durante todo o mês de outubro de 2016. O noticiário é apresentado diariamente em duas edições e está presente tanto na grade de programação do canal nacional, TV Brasil, quanto na do internacional. Como eixo norteador para a definição de categorias semânticas, a análise se apoiou no artigo 221 da Constituição Federal de 1988, o qual estabelece princípios para a programação e produção de emissoras de rádio e televisão que visam à pluralidade. Em especial, o inciso II do artigo prevê a promoção da cultura nacional e regional e o estímulo à produção independente. A TV Brasil Internacional, por estar submetida a esse ordenamento, tem como dever constitucional representar os aspectos culturais do país ao exterior em sua diversidade. Portanto, pôde-se identificar como a emissora internacional em foco apresenta as culturas do país ao exterior, bem como verificar se ela atende aos princípios constitucionais da comunicação social.

Como caminho para alcançar o propósito principal desta pesquisa, foram estipulados os seguintes objetivos específicos: 1) examinar o cenário da radiodifusão internacional em busca de referências que permitam contextualizar a operação da TV Brasil Internacional; 2) identificar as principais características da RTPi, da *BBC World Service*, da *Deutsche Welle* e da *Voice of America* a fim de construir uma base de parâmetros em relação a seus aspectos históricos; serviços oferecidos; e modelos de gestão e de financiamento e, assim, poder traçar articulações com o caso brasileiro; e 3) descrever o ambiente regulatório constitucional e infraconstitucional da radiodifusão no intuito de compreender as atividades da TV Brasil Internacional.

Diante de tais objetivos, esta dissertação foi estruturada em capítulos que evidenciam o cumprimento das etapas previstas. Primeiramente, no capítulo II, apresentou-se as características históricas, técnicas e estratégicas da radiodifusão internacional e, em especial, abordou-se sua relação com a diplomacia pública e com o *soft power*. Em complemento, quatro experiências em radiodifusão internacional foram expostas a fim de estabelecer parâmetros sobre os perfis de emissoras inclusas nessa categoria. Na sequência, o capítulo III

se debruçou sobre a questão da representação social, da maneira como os meios de comunicação atuam no processo de construção da identidade e cultura nacional e do fenômeno da mundialização e sua relação com representações que abranjam a diversidade cultural. Por sua vez, o capítulo IV teve como foco a experiência brasileira em radiodifusão internacional, partindo de uma apresentação do cenário regulatório da radiodifusão no Brasil, passando por uma exposição da EBC e chegando à descrição do histórico, propósitos, serviços e estruturas do extinto Canal *Integración* e da atual TV Brasil Internacional. Finalmente, o capítulo V concentrou os resultados da análise de conteúdo. Nele são expostos o percurso metodológico trilhado, os dados coletados e codificados e as inferências sobre como os aspectos culturais do Brasil são representados pelo veículo.

Em síntese, a pesquisa demonstrou que na legislação brasileira não há normas que prevejam a execução de um serviço de radiodifusão internacional. As diretrizes que norteiam a atuação da TV Brasil Internacional são, na verdade, provenientes de regras gerais oriundas da Constituição e da Lei da EBC. Além disso, a análise de conteúdo conduzida revelou que o canal representa os aspectos culturais do país, por meio do seu noticiário, em sua diversidade, fornecendo noções de que identidades múltiplas integram o espaço nacional. Ao serem direcionados ao público no exterior, tais conteúdos contribuem com o rompimento de estereótipos sobre o país, os quais, geralmente, abrangem símbolos tidos como nacionais, como o futebol, o carnaval e o samba. Os resultados permitiram constatar que a TV Brasil Internacional cumpre, em partes, o princípio contido no inciso II do artigo constitucional 221. Por fim, identificou-se ainda que, por determinados motivos, o canal perdeu a sua identidade internacional e que ele caminha, aparentemente, para o seu fim. Ao mesmo tempo, foi pontuado que o sistema público de comunicação, dentro do qual a TV Brasil Internacional foi estabelecida, a EBC, está comprometido, tendo perdido mecanismos importantes que lhe garantia certa autonomia em relação ao governo.

Esta investigação foi fomentada pela Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo, FAPESP, (processo: 15/11783-1). Parte do estudo foi desenvolvido na *George Washington University*, localizada em Washington D.C., nos Estados Unidos, sob a supervisão do Prof. Dr. William Youmans, por meio da bolsa de estágio de pesquisa no exterior (BEPE), também concedida pela FAPESP (processo: 16/08531-3).

CAPÍTULO II – RADIODIFUSÃO INTERNACIONAL: A MÍDIA COMO INSTRUMENTO DIPLOMÁTICO

Este capítulo abre esta dissertação apresentando um quadro teórico sobre radiodifusão. Primeiramente, é discutida a concepção do termo e demarcado o seu sentido neste estudo. Na sequência, expõe características gerais dos serviços de radiodifusão de âmbito internacional, especificamente daqueles financiados via orçamento público, e suas relações com a área das relações internacionais. Definidas tais perspectivas teóricas, este capítulo também debruça-se sobre a descrição de quatro emissoras que compõem essa categoria midiática: a RTPi, a BBC *World Service*, a *Deutsche Welle* e a *Voice of America*. À luz desses casos, pôde-se traçar articulações pontuais entre eles. Em suma, esta primeira parte da dissertação fornece um panorama sobre o serviço internacional prestado por outras emissoras dessa modalidade.

2.1 Por um sentido amplo de radiodifusão

O termo radiodifusão pode designar diferentes operações de comunicação. As transformações tecnológicas têm desencadeado novas perspectivas sobre a aplicação e a dimensão do conceito, levando países a adotarem diferentes bases de ordem técnica para classificá-lo. As normas jurídicas sobre radiodifusão são fontes a partir das quais pode-se identificar, ou pelo menos encontrar indícios, sobre as percepções a respeito do termo. No entanto, em alguns contextos nacionais, diferentes leis sobre essa mesma matéria podem divergir.

O sentido de radiodifusão transcende o que é expresso por seu prefixo, ou seja, este não é um termo que se limita ao meio rádio. Desse modo, além das transmissões radiofônicas, essa modalidade de comunicação agrega outros veículos, como o serviço de televisão. Entretanto, esse é um ponto relativo. A televisão via cabo, satélite ou internet, por exemplo, é radiodifusão? Em alguns enquadramentos sim e em outros ela pode ser situada como telecomunicação. Portanto, o elemento que parece nortear esse campo conceitual é, principalmente, o modo de transmissão. É a forma utilizada para possibilitar o envio de uma mensagem de um ponto a outro.

As concepções divergentes sobre a radiodifusão podem ainda estar fundamentadas em um outro âmbito além do meio utilizado e da direcionalidade. Para Dantas (2013, p.96), a dicotomia entre radiodifusão e telecomunicação é pautada pelo objeto do negócio:

[...] se apenas o transporte (com qualidade) do sinal eletromagnético, seja por cabo, seja pela atmosfera, neutro ou indiferente aos significados das mensagens; ou se, ao contrário, sobre os sinais, o interesse está concentrado nos conteúdos produzidos e transmitidos (pela atmosfera, por cabo ou até por satélite). Esta diferença essencial fez da radiodifusão ou, mais precisamente, da sua modalidade radiotelevisiva, desde os seus primórdios, mesmo em países liberal-democráticos como o Reino Unido e os Estados Unidos, fonte permanente de atenção, normatização ou fiscalização quanto a possíveis “excessos”.

De modo mais pragmático, divide-se a radiodifusão em dois sentidos: um amplo e outro estrito. Na perspectiva ampla, a radiodifusão engloba os múltiplos suportes técnicos existentes para efetuar a transmissão de conteúdos de sons e imagens, englobando as modalidades de televisão de acesso condicionado, como a TV a cabo, por satélite, MMMDS e ADSL (SCORSIM, 2008). Essa acepção é encontrada, por exemplo, na noção australiana sobre o tema, onde o *Broadcasting Services Act* de 1992 estabeleceu que serviço de radiodifusão é aquele que fornece programas televisivos e radiofônicos para um público que detenha os devidos equipamentos para a recepção. Segundo a norma, independentemente do modo de transmissão, seja ele via radiofrequências, cabo, fibras óticas, satélites ou alguma outra combinação desses meios, operações de rádio e televisão se enquadram como radiodifusão (DANTAS, 2013).

Já em seu sentido estrito, radiodifusão é entendida como toda comunicação destinada a um público que seja conduzida por meio do espectro eletromagnético. Essa perspectiva é a que prevalece no contexto brasileiro, onde, nos termos da lei, radiodifusão se limita aos serviços transmitidos via ondas eletromagnéticas. Desde 1997, com a revogação parcial do Código Brasileiro de Telecomunicações e implementação da Lei Geral de Telecomunicações, os serviços de rádio e de televisão operados via cabo, satélite e MMDS são classificados como telecomunicações.

A Constituição brasileira de 1988 adota em seu texto as expressões “radiodifusão sonora” e “radiodifusão de sons e imagens”, referindo-se, respectivamente, ao rádio e à televisão. Devido ao seu caráter sintético, o ordenamento constitucional não apresenta uma definição para os termos. Entretanto, desde 28 de maio de 2002, por meio da Emenda Constitucional n. 36, foi anexado ao artigo 222 o parágrafo 3º, o qual define que:

os meios de comunicação social eletrônica, independentemente da tecnologia utilizada para a prestação do serviço, deverão observar os princípios enunciados no art. 221, na forma de lei específica, que também garantirá a

prioridade de profissionais brasileiros na execução de produções nacionais.
(BRASIL, 1988)

A novidade trazida por esse complemento à Constituição diz respeito à ampliação da aplicabilidade do que é determinado pelo artigo 221, o qual estabelece princípios para a produção e programação das emissoras de rádio e TV. Portanto, os meios de comunicação social eletrônica, sejam eles operados por meio de cabo, satélite ou internet, devem atender ao que é estipulado pelo referido artigo.

Esse direcionamento à unificação das regras pertinentes à comunicação social está contido no relatório do Senador Romeu Tuma. Designado pela Comissão de Constituição e Justiça do Senado Federal para avaliar a Proposta de Emenda à Constituição (PEC), o relator pontuou que a criação de novas leis é necessária para que haja mudanças no “indesejável ambiente de ‘confusão normativa’ que envolve o setor de comunicação social”. Além disso, Tuma também afirmou que em “tempos de crescente convergência dos meios de transmissão e distribuição de áudio, vídeo e dados, parece evidente a necessidade do estabelecimento de mecanismos de regulação e de fiscalização que ensejem uma visão global do setor” (DSF, 2002, p. 4068). A análise do relator sobre a PEC é coerente ao caráter convergente da comunicação midiática contemporânea. Ao passo que a tecnologia avança, novas e velhas mídias interagem de maneira cada vez mais complexa e o fluxo de conteúdos passa a ser direcionado a variadas plataformas (JENKINS, 2009). Diante desse contexto, o entendimento constatado é o de que as estruturas regulatórias dos meios de comunicação devem, portanto, acompanhar as alterações e inovações da área.

A partir da Emenda Constitucional n. 36, portanto, é possível interpretar que a concepção de radiodifusão no Brasil caminha para o seu sentido amplo, ou seja, sendo considerada como um serviço de comunicação eletrônica que independe da tecnologia de transmissão. Na verdade, essa é uma tendência internacional. Especificamente em relação à TV, a política do audiovisual da União Europeia, por meio da Diretiva Televisão Sem Fronteira (TVSF), de 1989 e revisada pela última vez em 2010, compreende televisão como um serviço de radiodifusão, não importando a plataforma de recepção utilizada ou o modelo de negócio implantado. Nesse sentido, a “radiodifusão televisiva”, expressão adotada pela TVSF, tem como papel central a transmissão de programas ao público, seja através de fio, cabo, satélite ou outro meio. Além disso, a Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) constatou, em 1998, a tendência da radiodifusão ao digital e à banda larga, deixando de ser, unicamente, um serviço via rádio unidirecional em banda estreita (DANTAS, 2013).

Com base nesse panorama, o termo radiodifusão é aplicado neste estudo em seu sentido amplo, estando, dessa maneira, em consonância com a tendência internacional a respeito do tópico. Portanto, assume-se que, independentemente do meio de transmissão ou da plataforma de recepção, televisão permanece sendo essencialmente um serviço de radiodifusão, uma vez que a sua função de enviar conteúdos ao público seja cumprida.

2.2 Radiodifusão internacional

O termo “radiodifusão internacional” é utilizado aqui como tradução da expressão *international broadcasting*, conceito em inglês difundido nos estudos de comunicação internacional para se referir a uma categoria específica de emissoras de rádio e TV financiadas pelo orçamento público e que são direcionadas a públicos situados no exterior. A radiodifusão internacional não é definida pela tecnologia utilizada para distribuir ou receber conteúdos (PRICE, 2002). Desse modo, prevalece o sentido amplo de radiodifusão, uma vez que tais serviços de rádio e televisão podem ser transmitidos por diferentes modos e destinados a múltiplas plataformas.

As pesquisas a respeito dessa modalidade de veículos de comunicação são, geralmente, norteadas por questões que levam em consideração, por exemplo, a missão de cada emissora, a representação social que disseminam de seus países patrocinadores, o uso e a adaptação aos novos dispositivos tecnológicos, bem como as estratégias e a estrutura legal e administrativa da organização. Em suma, as investigações sobre radiodifusão internacional têm sido marcadas por estudos de caso, o que sinaliza a falta de desenvolvimento teórico sobre o tema (POWER; YOUMANS, 2012). Os casos apresentados nesses estudos demonstram que dentro dessa categoria há diferentes perfis de emissoras, seja no âmbito estrutural, estratégico ou do conteúdo. Além disso, há noções divergentes sobre o conceito de radiodifusão internacional e sobre o papel que as emissoras incluídas nesse grupo desempenham nos dias de hoje.

Embora as *international broadcasters*, ou emissoras de radiodifusão internacional, possam apresentar diferenças entre si, há características gerais que possibilitam agregá-las sob uma mesma definição. De acordo com Price (2002, p. 200, tradução minha), radiodifusão internacional é “o termo elegante para se referir a uma complexa combinação de notícias, informações e entretenimento que são financiados pelo Estado e direcionados para uma

população localizada para além das fronteiras do Estado financiador”¹. O autor afirma que emissoras de âmbito internacional comerciais, como a CNN, não estão incluídas nessa categoria. Para além dessa acepção, há autores, como Zöllner (2006), que defendem que emissoras de radiodifusão internacional não são apenas aquelas mantidas por Estados e governos, mas também aquelas financiadas por órgãos públicos não-governamentais; organizações internacionais e por grupos religiosos ou políticos. Dessa maneira, a definição do termo parece estar mais conectada ao fato de uma emissora ser utilizada por um país a fim de alcançar outro e menos ao seu modelo de financiamento. Assim, as atividades dessas emissoras internacionais não são guiadas por motivações comerciais. Na verdade, ao focar em um público situado no exterior, esse grupo de organizações midiáticas visa, em geral, promover a imagem nacional e os interesses do país do qual são originárias.

As primeiras emissoras de abrangência internacional financiadas pelo Estado surgiram durante a primeira metade do século passado, após a Primeira Guerra Mundial. Naquele período, países europeus que viviam sob governos autoritários começaram a transmitir programações de rádio para além de suas fronteiras e em múltiplos idiomas com o intuito de disseminarem suas ideologias. Consequentemente, outros países - como a França, os Estados Unidos e o Reino Unido – inauguraram seus serviços de rádio para o exterior. Um olhar sobre as primeiras experiências em radiodifusão internacional demonstra que tais veículos eram utilizados, sobretudo, com o propósito de influenciar a opinião das pessoas. Em outras palavras, elas operavam como uma ferramenta de propaganda.

As estratégias de internacionalização de propaganda governamental daquele período encontraram no rádio, portanto, uma nova forma para disseminar seus ideais. A União Soviética estreou seu serviço radiofônico para o exterior em 1929 e contava com programas em alemão, francês, inglês e holandês. A Igreja Católica criou, em 1931, a Rádio Vaticana, também disponibilizada em diversos idiomas e que permanece em atividade até os dias de hoje. Em 1933, a Alemanha nazista integrou o processo de internacionalização da radiodifusão a partir de investimentos na emissora *Zeesen*, nome que também designava a vila onde seu transmissor estava fixado. A estação alemã chegou a difundir notícias em até 28 idiomas. Em 1935 e 1936, respectivamente, a Itália e a Espanha também passaram a transmitir programas de rádio em línguas estrangeiras. Tardiamente, o Reino Unido, em 1938, inaugurou a *British Broadcasting Corporation* (BBC) e, em 1942, os Estados Unidos, a *Voice of America* (MATTELART, 2002). Ambas também começaram suas atividades oferecendo

¹ “*International broadcasting is the elegant term for a complex combination of state-sponsored news, information, and entertainment directed at a population outside the sponsoring state’s boundaries.*”

serviços em diversos idiomas e permanecem operando até os dias de hoje, estando entre as maiores expoentes da radiodifusão internacional.

No período que precedeu a Segunda Guerra Mundial, portanto, iniciou-se um confronto simbólico via transmissões radiofônicas de abrangência internacional, intensificando-se com o decorrer da Guerra. Desse modo, ficou claro o potencial dessa modalidade de radiodifusão em ser utilizada como uma arma ideológica. Essa ideia foi reforçada durante a Guerra Fria, já que foi nesse período que os países envolvidos mais exploraram a mídia em função de um contexto marcado por negociações e por diferentes tipos de acordos. O fim da Guerra Fria e a ascensão de uma nova ordem mundial levantaram questionamentos sobre o papel e a pertinência em se manter as emissoras de radiodifusão internacional, já que havia a crença de que o mundo estava entrando, aparentemente, em uma zona de paz, na qual não faria sentido manter essa categoria de emissoras operando com a mesma configuração em que operavam durante os tempos de guerra. Além disso, houve uma pressão oriunda de corporações midiáticas privadas, as quais pontuavam que emissoras de radiodifusão internacional eram desnecessárias na era da “CNN” (PRICE, 2002).

Nesse novo cenário político e tecnológico que começou a se formar após a Guerra Fria, muitos países cessaram suas transmissões de rádio e televisão para o exterior devido aos baixos índices de audiência ou por concluírem que esse modelo de emissora não é relevante no novo contexto mundial. Outros Estados preferiram reconfigurar seus serviços, estabelecendo novos públicos e novos objetivos que pudessem justificar suas operações. Nesse sentido, determinados países optaram por reduzir suas transmissões mundo afora, como é o caso do Canadá, onde a *Radio Canada International* (RCI), criada em 1970 e chamada inicialmente de *CBC International Service* e de *Voice of Canada*, deixou de oferecer programas em 14 idiomas e passou, desde de 2012, a trabalhar apenas com cinco. Além disso, interrompeu suas transmissões via ondas curtas e tornou-se disponível exclusivamente via *streaming*. Por outro lado, alguns países, além de remodelarem suas emissoras criadas nos períodos de Guerra, continuaram investindo e ampliando-as, como é o caso do Reino Unido, responsável pelo *BBC World Service*, e dos Estados Unidos, financiador da *Voice of America*. Além disso, há Estados que inauguraram, não muitos anos atrás, suas primeiras emissoras internacionais, como o Brasil, com a TV Brasil Internacional, e a Coreia do Sul, que mantém o canal de televisão KBS World. O quadro 1 apresenta uma lista com algumas das principais experiências em radiodifusão internacional.

Quadro 1: Exemplos de emissoras de radiodifusão internacional em operação.

Criação	País	Emissora	Serviços	Idiomas
1931	França	Rádio França Internacional (RFI)	rádio e internet*	15
1932	Reino Unido	<i>BBC World Service</i>	rádio, TV e internet	28
1941	China	Rádio Internacional da China	rádio e internet	61
1942	Estados Unidos	<i>Voice of America (VOA)</i>	rádio, TV e internet	45
1945	Canadá	<i>Radio Canada International (RCI)</i>	Internet	5
1953	Alemanha	<i>Deutsche Welle</i>	rádio, TV e internet	30
1958	Argentina	<i>Radiodifusión Argentina al Exterior</i>	rádio e internet	8
1969	México	Radio México Internacional	Internet	3
1989	Espanha	<i>Televisión Española (TVE Internacional)</i>	TV	1
1992	Portugal	RTP Internacional	TV e internet	2
1992	Itália	<i>RAI Italia</i>	TV e internet	1
1994	Egito	<i>Nile TV International</i>	TV e internet	3
1996	Catar	<i>Al Jazeera</i>	TV e internet	2
1998	Japão	<i>NHK World</i>	rádio, TV e internet	18
2003	Coreia do Sul	<i>KBS World</i>	TV e internet	4
2005	Rússia	<i>Russia Today (RT)</i>	TV e internet	6
2006	França	<i>France 24</i>	TV e internet	3
2014	Austrália	<i>Australia Plus TV</i>	TV e internet	2
**2016	China	<i>China Global Television Network (CGTN)</i>	TV e internet	8

* Os serviços prestados via internet podem se referir tanto à existência de portais de notícias quanto às transmissões de programações de rádio e/ou TV por streaming.

** A CGTN, parte da *China Central Television (CCTV)*, substituiu o canal *CCTV International*, que operou de 2000 a 2016.

Fonte: Elaborado pelo autor com base nas informações institucionais disponibilizadas no website de cada emissora.

Atualmente, determinadas emissoras, como a *Deutsche Welle*, da *Voice of America* e do *BBC World Service*, fundamentam a importância de seus serviços, por exemplo, no fato de haver países onde não há liberdade de imprensa ou que não contam com um nicho midiático desenvolvido e pluralizado. Desse modo, sustentam que há uma demanda por serviços jornalísticos nesses territórios e que cabe à radiodifusão internacional levar a eles notícias sobre assuntos locais e globais. Outros casos têm como foco principal representar e promover aspectos culturais do país emissor, como é o objetivo da RTP Internacional. Contudo, isso não significa que a *Voice of America* ou a *Deutsche Welle* também não busquem promover, de alguma forma, seus Estados. Na verdade, elas são guiadas por uma combinação de objetivos. Nesse sentido, as produções em radiodifusão internacional podem focar, por exemplo, em jornalismo; em promover uma imagem nacional; e/ou em disseminar perspectivas políticas. De modo mais específico, os interesses que podem mover um país a criar e a manter uma emissora operando de tal abrangência são:

manter contato com antigas colônias ou com emigrantes, ser a porta-voz de políticas externas, divulgar a cultura e educação, estimular as relações comerciais, melhorar o prestígio interno, divulgar a perspectiva nacional sobre notícias e acontecimentos mundiais, fazer propaganda ou até mesmo fazer pregação religiosa. (GROSSMANN, 2007, p. 24)

Em relação aos meios de transmissão em radiodifusão internacional, tradicionalmente, o principal modo foi via ondas curtas (ELLIOT, 1990). Dentre as vantagens em se transmitir por meio de ondas curtas durante o período de guerra, incluem-se os fatos de que “elas podiam alcançar além das fronteiras territoriais das nações, de que seus conteúdos não podiam ser censurados e nem seus fluxos podiam ser interrompidos” (WOOD, 2000, p.1, tradução minha)². Além disso, esse é um tipo de transmissão simples e barato. A desvantagem em utilizá-la era e ainda é a baixa qualidade do áudio. Dessa maneira, durante os anos 1930 e a Guerra Fria, as transmissões via ondas curtas desempenharam um papel significativo no que diz respeito à promoção dos interesses de governos e, ao mesmo tempo, suprir a necessidade dos públicos por informações.

A ascensão de novas tecnologias implicou na diminuição de serviços fornecidos via ondas curtas. No entanto, elas continuam sendo utilizadas para alcançar, principalmente, regiões, como as do continente africano, onde essa é única tecnologia disponível ou acessível, seja por questões técnicas ou por restrições políticas. A partir do advento da televisão, ela se

² “[...] it could reach out beyond a nation's territorial borders, its contents could not be censored, nor could free flow be interrupted.”

tornou o serviço mais bem sucedido da radiodifusão internacional (PRICE; HASS; MARGOLIN, 2008). Posteriormente, o surgimento de satélites, da internet, de dispositivos móveis e de novas plataformas possibilitaram que as emissoras de radiodifusão internacional expandissem seu alcance e ultrapassassem, mais do que nunca, obstáculos geográficos e políticos, no caso de países autoritários onde a entrada de mídias internacionais é obstruída. Além disso, as mudanças trazidas pelo novo ambiente tecnológico têm levado não só emissoras de radiodifusão internacional, mas grande parte dos veículos tradicionais de comunicação, a se tornarem produtores multimídia, o que significa que eles têm oferecido conteúdos nos mais diversos formatos para as mais variadas plataformas.

O modelo tradicional e hierárquico de radiodifusão internacional fortalecido durante a Guerra Fria se tornou inapropriado para a era da informação, a qual é marcada por novos hábitos de consumo e por uma nova dinâmica na relação entre transmissor e receptor. Em outras palavras, as tecnologias fornecem possibilidade de interação e de participação do público. Além disso, segundo Powers e Youmans (2012, p. 2, tradução minha) “tecnologias de informação e comunicação podem ser usadas em direção ao desenvolvimento de processos deliberativos”³, o que seria uma das maneiras de justificar a relevância da radiodifusão internacional nos dias atuais. Assim, baseados nas experiências da *Voice of America* e da *Al Jazeera*, os autores defendem que

As emissoras de radiodifusão internacional podem encontrar um novo significado ao desenvolver e promover tecnologias de deliberação. Seu orçamento pode ir muito além em sociedades mal servidas que enfrentam uma escassez de informações públicas e caminhos formais de troca. Tal trabalho, ao invés de ser visto como propaganda ou como a promoção de conteúdo tendencioso, oferece uma melhor chance de obter fundos globais para o país patrocinador. Ao proporcionar um espaço seguro e confiável para o intercâmbio e a deliberação, ao longo do tempo as emissoras podem romper a percepção de que são apenas extensões do seu governo patrocinador, ao mesmo tempo que fornecem um serviço valioso que promove interesses nacionais (por exemplo, o desenvolvimento da sociedade civil em países não-democráticos) e fornece uma janela para opiniões públicas estrangeiras. (POWERS; YOUMANS, p. 10, 2012, tradução minha)⁴

³ “[...] information and communication technologies (ICTs) can be used towards deliberative development.”

⁴ “International broadcasters can find new meaning by developing and promoting deliberation technologies. Their budget dollars can go a lot further in under-served societies that face a dearth of public information and formal avenues of exchange. Such work, rather than being seen as propaganda or advancing biased content, offers a better chance of accruing global goodwill to the sponsoring country. By providing a safe, trusted space for ideational exchange and deliberation, over time broadcasters can move beyond the perception that they are merely extensions of their sponsoring government while simultaneously providing a valuable service that furthers national interests (e.g. the development of civil society in non-democratic states) and provides a window into foreign public opinions.”

Por meio da pressuposta relação dialógica, emissoras de radiodifusão internacional seriam capazes de criar condições que possibilitariam que perspectivas de diferentes grupos sociais compusessem o espaço global. Enquanto instrumentos de diplomacia pública, como será abordado no próximo tópico, essas emissoras agora podem contar com tecnologias comunicacionais a fim de estabelecer uma relação mais próxima com o público. Portanto, se durante a Segunda Guerra Mundial e a Guerra Fria a radiodifusão internacional foi utilizada como um instrumento de propaganda e contrapropaganda, atualmente tais emissoras declaram buscar operar a partir de um processo de comunicação bidirecional (HACKER; MENDEZ, 2016). Embora possa existir essa busca pela abordagem dialógica por parte das emissoras, seria inapropriado generalizar e afirmar que elas de fato desempenham uma comunicação nesse sentido sem que haja o respaldo de estudos para confirmar essa hipótese. Dentro dessa categoria pode haver desde organizações independentes dos governos até aquelas totalmente controladas pelo Estado. Portanto, essa é uma questão delicada dos estudos sobre radiodifusão internacional e que necessita de uma discussão aprofundada. Deve-se ainda manter em mente que a atuação dessas emissoras é estratégica e que suas atuações são suscetíveis às transformações geopolíticas, o que implica afirmar que elas são exploradas como instrumentos para afetar as relações internacionais.

2.3 Diplomacia Pública e *soft power*

Como percebeu-se durante os períodos de guerra, além do poder econômico e militar, a imagem de um país construída midiaticamente mundo afora também determina o seu status na comunidade internacional (VALENTE, 2007). O campo de estudos sobre a utilização da mídia por Estados com o intuito de beneficiar suas políticas externas tem sido denominado nas investigações das Relações Internacionais como “diplomacia midiática”. O termo designa “as formas possíveis de comunicação e de elaboração de negociações diplomáticas a partir da convivência com as tecnologias de comunicação e da imprensa em escala mundial” (VALENTE, 2007, p. 75). Uma das dimensões da diplomacia midiática é a diplomacia pública, estratégia na qual se enquadram os serviços de radiodifusão internacional.

De modo geral, a diplomacia é um braço da política externa de um país e sua função é promover a interlocução entre Estados e entidades globais por meio da atuação de agentes oficiais a fim de construir e preservar relações exteriores, estabelecer negócios, administrar interesses nacionais, entre outros propósitos (BULL, 2002). Diferentemente da diplomacia

tradicional que visa criar e manter relações com líderes dos governos estrangeiros e, geralmente, de forma secreta, a diplomacia pública busca se comunicar abertamente com a população de outras nações. Ela é composta por um conjunto de instrumentos políticos que tem como propósito fomentar uma relação positiva e recíproca com diferentes grupos sociais e culturais situados em outros territórios nacionais (CASTELLS, 2008). A partir da construção desse ambiente, a diplomacia tradicional encontraria uma esfera favorável à recepção de suas políticas e de seus acordos. Conforme Szondi (2008), as práticas de diplomacia pública são orquestradas pelos governos com o intuito de estimular mudanças “nos corações e nas mentes” de pessoas situadas no exterior.

Ao desenvolver ações de diplomacia pública, um país tem o potencial de fortalecer o seu poder brando ou *soft power*. De acordo com Nye (2010), afirmar que um Estado tem poder significa que ele é capaz de modificar atitudes e opiniões de um outro, obtendo os resultados que ele desejar. Diferentemente do *hard power* que é proveniente da utilização de armas militares e econômicas para ameaçar e persuadir outros países de acordo com seus interesses, o *soft power* é produzido a partir da utilização de elementos “brandos” – como a mídia, as organizações não governamentais e organizações intergovernamentais – capazes de seduzir e conquistar pessoas.

Para que os projetos de diplomacia pública resultem em *soft power*, eles precisam ser atrativos e coerentes aos interesses do público-alvo. Ela deve ainda ser fundamentada no diálogo, ou seja, em um sistema bidirecional de comunicação (NYE, 2010). Quando mediadas por Estados democráticos, as atividades diplomáticas devem estar ancoradas nos interesses coletivos. Como pontua Castells (2008, p. 91, tradução minha), a diplomacia pública é “a diplomacia do público, ou seja, a projeção de valores e ideias do público na arena internacional”⁵. Por essa razão, o grau de autonomia de uma emissora de radiodifusão internacional e a participação da sociedade civil em seu modo de operação são fundamentais para que os anseios diplomáticos de ordem pública sejam alcançados.

A diplomacia pública caracterizada por essa dimensão dialógica é classificada por determinados autores como a “nova diplomacia pública”. A “antiga diplomacia pública” seria aquela desenvolvida, sobretudo, nos tempos de Guerra Fria a partir de um fluxo unidirecional de comunicação. A sua nova estrutura exige que os Estados vejam o público estrangeiro sob a ótica da cooperação e não, simplesmente, como “público-alvo”. Essa transformação do “antigo” para o “novo” rejeita o entendimento de que apenas o governo possa desenvolver

⁵ “Public diplomacy is the diplomacy of the public, that is, the projection in the international arena of the values and ideas of the public.”

projetos dessa natureza (FITZPATRICK, 2011). Nesse sentido, argumenta-se que existam diversos atores não-estatais que ocupam o cenário internacional e que também são capazes de “fazer” diplomacia pública. O quadro 2 pontua as diferenças entre os dois modelos em questão.

Quadro 2: Transformações na prática da diplomacia pública.

Características dominantes	Diplomacia Pública (antiga)	Diplomacia Pública (nova)
Identidade do ator internacional	Estatal	Estatal e não-estatal
Ambiente tecnológico	Ondas curtas, jornais, telefones fixos	Satélite, internet, notícias em tempo real, celulares
Ambiente midiático	Divisão clara entre as esferas de notícias nacionais e internacionais	Indefinição das esferas de notícias nacionais e internacionais
Fonte de abordagem	Fruto de apoio político e da teoria da propaganda	Fruto de marca corporativa e da teoria das redes
Terminologia	"Imagem internacional", "prestígio"	"Soft power", "nation brand"
Estrutura funcional	De cima para baixo (ator para estrangeiros)	Horizontal (mediado pelo ator)
Natureza funcional	Mensagens direcionadas	Construção de relações
Objetivo geral	Gerência do ambiente internacional	Gerência do ambiente internacional

Fonte: CULL, 2009, p. 14 (tradução minha).

Uma das principais críticas a esse modo binário de compreender a diplomacia pública reside no fato de que essas duas dimensões não são totalmente excludentes. Embora Estados desenvolvam projetos que busquem promover o entendimento mútuo entre as nações e o diálogo, é preciso questionar quanto da “antiga diplomacia pública” ainda existe nas práticas diplomáticas abertas executadas atualmente.

Nye (2010) não utiliza essa concepção dual. Para o autor, não se deve considerar uma comunicação propagandista como diplomacia pública, pois, para que um projeto dessa natureza seja eficiente e eleve a reputação de um país, seus instrumentos devem exprimir credibilidade. Em complemento, o autor afirma que diplomacia pública também não é um

serviço de relações públicas, pois, além de promover a imagem de um país de maneira positiva, a diplomacia pública também almeja o estabelecimento de relações duradouras.

De maneira sistematizada, a atuação e as ferramentas da diplomacia pública podem ser divididas em três instâncias. De acordo com Nye (2010), a primeira delas compreende o estabelecimento de uma comunicação diária capaz de levar ao exterior informações acerca da realidade interna de uma nação e de suas políticas externas. A segunda reside no campo da comunicação estratégica. Trata-se, por exemplo, da organização de eventos em outros países para que sejam apresentadas e fortalecidas políticas governamentais ou outros temas de interesse. Por fim, a terceira diz respeito ao oferecimento de bolsas de estudos, conferências, acesso aos meios de comunicação e treinamentos, medidas essas que estreitam e consolidam as relações entre os países. Em suma, tais práticas buscam moldar pensamentos e criar laços positivos com populações estrangeiras em função de interesses nacionais.

A fim de exemplificar projetos de diplomacia pública que não seja a radiodifusão internacional, pode-se destacar os institutos internacionais responsáveis por promover a cultura e o idioma de um determinado país. É o caso da Aliança Francesa, a qual foi criada em 1883 a fim de recuperar o prestígio da França após sua derrota na Guerra Franco-Prussiana (NYE, 2010). Iniciativas semelhantes foram implantadas por outras nações, como o Instituto Goethe, da Alemanha, estabelecido em 1951 com o intuito principal de divulgar o idioma alemão mundo afora. Outro exemplo é o Instituto Confúcio, um instrumento de diplomacia pública da China fundado para “ajudar públicos estrangeiros a entender melhor a história, literatura e cultura” do país (KLUVER, 2014, p. 1, tradução minha)⁶.

Por meio de seus instrumentos, essa estratégia diplomática pode fazer com que aspectos culturais, valores políticos e as instituições de um Estado se tornem prestigiadas e estimadas por uma população externa. Provavelmente, o caso mais bem sucedido seja o dos Estados Unidos, principal expoente da diplomacia pública, sobretudo durante o período da Guerra Fria como meio para confrontar o avanço Soviético. O território norte-americano é poderoso porque “inspira os sonhos e desejos de outros, graças à maestria das imagens globais disseminadas pelos filmes e pela televisão e, pelas mesmas razões, um grande número de estudantes de outros países vão para os Estados Unidos para terminar seus estudos” (VENDRINE; MOISI, 2003 *apud* NYE, 2010, p. 334, tradução minha)⁷. No entanto, Nye (2010) aponta que o grau de *soft power* estadunidense no sistema internacional já não é mais o

⁶ “[...] to help foreign publics better understand Chinese history, literature, and culture.”

⁷ “[...] inspire the dreams and desires of others, thanks to the mastery of global images through film and television and because, for these same reasons, large numbers of students from other countries come to the United States to finish their studies.”

mesmo. Segundo o autor, nos últimos anos, sobretudo após invadirem o Iraque, o poderio simbólico do país foi reduzido.

Diante desse panorama, verifica-se que a radiodifusão internacional, enquanto um elemento diplomático, é utilizada e financiada por atores políticos em troca de influência e do estabelecimento de relacionamentos que correspondam aos interesses nacionais. Em outras palavras, o ponto não é apenas informar, mas também desenvolver um plano estratégico que mude atitudes (HACKER; MENDEZ, 2016). Além disso, pelo fato de a diplomacia pública ser baseada, em tese, em um processo de comunicação aberto, requerendo diálogos pautados pela credibilidade, parece possível construir uma relação positiva com a sociedade civil com a qual se interage, bem como firmar uma barreira separando as ferramentas de diplomacia pública “dos instrumentos de conversão e das técnicas de manobra que também são usadas por atores políticos” (GREGORY, 2008, p. 3, tradução minha)⁸. Contudo, para alcançar esse estágio, é importante que os serviços de radiodifusão internacional atendam aos princípios éticos e as boas práticas do jornalismo. Ao mesmo tempo, tais emissoras podem se ver meio a um conflito entre “objetividade” e a necessidade de atuarem estrategicamente tendo em vista que elas interferem nas relações internacionais.

A relação entre a mídia e a política externa, no contexto da diplomacia pública, também implica certa medida de flexibilidade, já que são oferecidos serviços a diferentes públicos e com demandas particulares. Nesse sentido, a radiodifusão internacional compreendida como uma arma simbólica pode prevenir ou encorajar conflitos, bem como atuar como um mecanismo de manutenção da paz (*peacekeeping*) (PRICE, 2002).

No contexto brasileiro, a “diplomacia pública ainda encontra-se em seu estado latente quando comparada ao que é realizado pelo governo estadunidense, o precursor dessa ferramenta” (TAMBURINE, 2015, p. 4). O Itamaraty não manifestou grande interesse em aplicar projetos de diplomacia pública no Brasil até a década de 1990, quando o então chanceler Luiz Felipe Lampreia buscou estreitar a relação entre o Ministério das Relações Exteriores e o povo brasileiro (CARNEIRO, 2011). Portanto, essa instância diplomática se desenvolveu no Brasil com foco no público interno (TAMBURINE, 2015). Segundo Szondi (2008), a dimensão doméstica da diplomacia pública pode desempenhar dois papéis principais: a) incentivar a participação dos cidadãos internos nos processos de formulação da política externa; ou b) divulgar e explicar ao público doméstico quais são os objetivos das estratégias de relações exteriores do país.

⁸ “[...] from converting instruments and deception techniques also used by political actors.”

Apesar de no Brasil prevalecer o enfoque interno da diplomacia pública, o governo sempre manteve-se interessado em disseminar uma imagem positiva do país em âmbito internacional (TAMBURINE, 2015). Para alcançar esse objetivo, uma das estratégias tem sido sediar megaeventos globais, como a Jornada Mundial da Juventude, a Rio+20, a Copa do Mundo FIFA, as Olimpíadas e Paraolimpíadas. Embora esses eventos tenham potencial para promover o status do Brasil mundo afora, eles não se configuram propriamente como projetos de diplomacia pública, mas sim como estratégias de marketing (NICOLAU NETTO, 2016). Determinadas abordagens consideram que a área do marketing e da diplomacia pública podem se confundir, enquanto outras as colocam em planos totalmente distintos. O que nos interessa no momento é o fato de o governo brasileiro desenvolver ações que objetivem, mesmo que implicitamente, divulgar a imagem do Brasil no cenário mundial. Nesse sentido, a instituição de emissoras como o Canal *Integración* e a TV Brasil Internacional corrobora com esse pressuposto.

2.4 Experiências em radiodifusão internacional

Diante da caracterização sobre radiodifusão internacional e de sua conexão com a diplomacia pública, este tópico expõe a experiência de quatro veículos de comunicação ocidentais que compõem o grupo midiático aqui em destaque. São apresentadas a Rádio e Televisão de Portugal Internacional (RTPi), representante da língua portuguesa no mundo; a *BBC World Service*, do Reino Unido; a *Deutsche Welle* (DW), da Alemanha; e a *Voice of America* (VOA), dos Estados Unidos. Estas três últimas foram escolhidas por serem as maiores emissoras que compõem a categoria, tanto em questões orçamentária quanto em relação à amplitude de seus serviços. A descrição foi norteadas por três fatores: a) os aspectos históricos; b) os serviços oferecidos; e c) os modelos de gestão e de financiamento.

2.4.1 Rádio e Televisão de Portugal Internacional

Durante o regime ditatorial de António Salazar, foi implementada em Portugal, em 1955, a Rádio e Televisão de Portugal (RTP), corporação responsável por delinear o sistema público de comunicação do país. Desde a sua criação até chegar a sua atual configuração, a RTP enfrentou alguns empasses e, conseqüentemente, precisou reorganizar-se. Uma das últimas e mais significativas reformas pela qual ela passou foi em 2004. Naquele ano, após

uma crise de identidade e financeira, a Radiodifusão Portuguesa (RDP), outra gestora de serviços públicos de comunicação social, foi acoplada à RTP. Em sua atual conjuntura, ela controla sete emissoras de rádio (RDP Açores, RDP Madeira, Antena 1, Antena 2, Antena 3, RDP África e RDP Internacional) e mais sete canais de televisão (RTP 1, RTP 2, RTP Açores, RTP Madeira, RTP N, RTP Memória, RTP África e RTP Internacional).

A vocação internacional da RTP é consolidada por meio de quatro canais (dois de TV e dois de rádio) direcionados a públicos situados para além dos territórios portugueses. Neste estudo, daremos atenção especial a RTP Internacional (RTPi). Criado em 10 de junho de 1992, ele se destaca por ser o primeiro canal público de âmbito internacional do país, bem como por ser o primeiro em língua portuguesa transmitido mundialmente.

As motivações que levaram à criação dessa emissora internacional nasceram de raízes históricas. De acordo com Sousa (2006), o processo tardio e conflituoso de descolonização fragilizou as relações políticas entre os governos democráticos de Portugal e os países africanos lusófonos. Uma das soluções consideradas para essa questão foi a utilização dos meios de comunicação. A partir da segunda metade dos anos 1980, eles passaram a ser tratados pelos planos de governo como ferramentas diplomáticas que poderiam contribuir para o diálogo entre Portugal e suas ex-colônias.

O programa de governo de Cavaco Silva, em 1987, dava atenção especial às relações entre o país ibérico e os países lusófonos. Na seção dedicada aos meios de comunicação social, destacava-se que era necessário firmar a imagem e a presença de Portugal em âmbito mundial. Entretanto, só surgiram direcionamentos mais concretos para a instituição de um canal de televisão internacional em 1991. Naquele período, o novo plano de governo dos sociais-democratas pontuava uma possível transmissão de conteúdos nacionais aos portugueses emigrantes e aos Estados africanos de língua portuguesa a fim de estreitar as relações entre as nações, acentuar a matriz universalista do país, bem como valorizar, defender e divulgar o idioma e a cultura de Portugal (SOUSA, 2006).

Após a criação do canal, em 1992, os seus objetivos e configuração foram sendo gradativamente refinados e readequados. Em 1995, o governo determinou que a produção e a programação da RTPi deveriam ser pautadas pela pluralidade e fornecer informações imparciais. Além disso, observou-se que a comunidade portuguesa deveria participar de forma mais direta do canal e que a língua e a cultura portuguesa deveriam receber atenção especial. Estes aspectos foram fortalecidos pela gestão de António Guterres, cujo programa de governo previa divulgar ao exterior os valores, as obras artísticas e os artistas do país por meio da

RTPi . A partir de então, a concepção de que o canal tinha como missão “projetar Portugal no mundo” ficou ainda mais clara e continuou a ser intensificada pelos governos posteriores (SOUSA, 2006).

A experiência portuguesa em radiodifusão internacional demonstra uma correlação entre a sua operação e a reconstrução da noção de Lusofonia⁹ nos ambientes dispersos que recebem os canais. Quanto às autoridades portuguesas, elas esperam que “através dos canais internacionais da RTP, esta contribuição tenha consequências em termos da progressiva implementação e do reconhecimento internacional da comunidade lusófona” (SOUSA, 2006, p. 174).

Na esfera jurídica, o contrato de 2015 que regula a concessão do serviço público de rádio e televisão explorado pela RTP, o qual tem validade de 16 anos, estabelece que o serviço de programas internacional oferecido pela corporação deva afirmar, valorizar e defender a imagem de Portugal, seja no âmbito econômico, cultural ou científico. Ademais, a norma declara que as relações com os telespectadores e ouvintes falantes de português residentes no exterior devam ser observadas e que uma programação especial deve ser direcionada aos países lusófonos.

Durante os seus primeiros meses de existência, a RTPi contava com seis horas diárias de programação, a qual era transmitida para a Europa, África, Oriente Médio e para algumas regiões da Ásia. A cobertura e a oferta da emissora foi se ampliando e, atualmente, seus serviços são distribuídos ao mundo todo a partir de uma base de satélites. Além disso, a RTP Internacional é transmitida por ondas hertzianas, cabo, tecnologia digital e também por internet via *streaming* ou recurso *on demand*. No Brasil, o canal pode ser assistido via TV por assinatura e pela internet.

O contrato que regula a concessão à RTP fixa um conjunto de diretrizes sobre os programas veiculados mundo afora. Segundo a regra, eles devem apresentar uma cobertura informativa internacional isenta e plural sobre Portugal e sobre os países que recebem o seu sinal. Desse modo, espera-se que os conteúdos promovam debates sobre as diferentes

⁹ “O conceito de Lusofonia ganhou relevância política a partir de meados dos anos 1980. Tal como a Francofonia ou a Anglofonia, o conceito pode ser entendido como uma construção pós-colonial que incorpora regiões geograficamente dispersas (Brasil, Angola, Cabo Verde, Guiné-Bissau, Moçambique, S. Tomé e Príncipe, Timor-Leste) mas partilhando a mesma língua oficial. A noção de Lusofonia transporta-nos para o domínio da língua portuguesa: um lusófono é alguém que fala português. Mas, segundo Léonard, para além do seu significado puramente linguístico, Lusofonia tem, pelo menos, três interpretações inter-relacionadas. A Lusofonia é um espaço geolinguístico, ou seja, várias regiões altamente dispersas, países e sociedades cuja língua oficial e/ou mãe é o português. A Lusofonia é também um sentimento, a memória de um passado comum, uma parcela de história e de cultura comuns. Finalmente, é um conjunto de instituições políticas e culturais que tentam desenvolver a língua e cultura portuguesas dentro e fora das comunidades de falantes portugueses” (SOUSA, 2006, p. 1666).

realidades e que estabeleçam “o operador internacional português como uma referência de confiança nessas áreas geográficas” (PORTUGAL, 2015, p. 19). Cabe à programação promover a ligação entre Portugal e as comunidades portuguesas no exterior por meio de produções que valorizem a língua e a cultura do país ibérico e que forneçam representações culturais pluralistas. O documento sustenta ainda que os programas de âmbito internacional devem estimular “a abertura dos mercados internacionais aos agentes econômicos e atores culturais portugueses” (PORTUGAL, 2015, p. 19).

Quanto à programação da RTPi, ela se configura como generalista. Em sua grade há uma mescla entre produções próprias, que são criadas visando ao público no exterior, e produções dos canais regionais e nacionais da RTP. De acordo com o Relatório e Contas da empresa, em 2014, a maior parte dos conteúdos transmitidos pelo canal internacional é, respectivamente, de caráter informativo, entretenimento e ficção. Demais modalidades, como infantis, religiosos, musicais e etc. representam menos de 10% da programação. Segundo Cádima (2010), uma marca do canal são as transmissões de jogos de futebol português. Esses conteúdos nacionais transmitidos ao exterior podem ser, conforme o contrato regulatório da RTP, legendados, dobrados (*dual audio*) ou em língua estrangeira, recursos que permitem a maior recepção e disseminação dos programas.

O canal internacional, por integrar a RTP, está submetido às regras que norteiam a estrutura e o funcionamento da corporação. De acordo com o seu contrato regulatório, o qual está alicerçado sobre o ordenamento constitucional de Portugal, o Estado é responsável pela existência e pelo funcionamento de um serviço público de rádio e televisão no país. Contudo, a concessionária, no caso a RTP, deve ser independente em relação ao governo e demais poderes públicos a fim de assegurar que diferentes correntes de opinião sejam expressas e confrontadas. Conforme o item 4 do artigo 38º da Constituição Portuguesa, replicado pelo contrato da RTP, é dever do Estado garantir “a liberdade e a independência dos órgãos de comunicação social perante o poder político e o poder econômico”.

Para que essas diretrizes sejam cumpridas, o gerenciamento da empresa está a cargo de órgãos sociais, de um conselho de opinião e de provedores do ouvinte e do telespectador. A Lei nº 39/2014 (mais recente versão da Lei nº 8/2007, responsável pela reestruturação da concessionária do serviço público de rádio e televisão) define que os órgãos sociais são compostos por: um conselho geral independente; uma assembleia geral; um conselho de administração; e um conselho fiscal. A essas instâncias são atribuídas competências

específicas que visam, de modo geral, fiscalizar e assegurar o cumprimento das normas previstas no contrato de concessão.

O conselho de opinião, por sua vez, é um órgão equivalente ao extinto conselho curador da EBC. Seus membros são indicados por associações e entidades representativas dos diferentes setores da opinião pública portuguesa e algumas de suas principais funções são: apreciar planos de atividade e orçamento, bem como o relatório e contas da empresa; supervisionar o cumprimento das normas que regem o serviço público de rádio e televisão; emitir pareceres sobre as iniciativas legislativas pertinentes ao serviço público de radiodifusão, sobre o contrato de concessão e sobre a criação de entidades que visem acompanhar a atividade da empresa; e analisar a atividade da RTP em relação à cooperação com os países de expressão portuguesa e ao apoio às comunidades portuguesas no exterior.

Os provedores do ouvinte e do telespectador, por fim, são, os ouvidores da RTP. Segundo a lei, os membros desse corpo são indicados pelo conselho de administração e compete a eles mediar o contato dos ouvintes e telespectadores com a empresa, recebendo e avaliando as queixas e sugestões recebidas. Devem ainda emitir pareceres sobre as programações dos canais da empresa e transmiti-los aos cidadãos.

O modelo de financiamento da RTP é fixado pela Lei nº 30/2003, a qual passou, ao longo desses anos, por quatro alterações, tendo sido a última determinada pela Lei nº 83/2013. Nos termos da norma e do contrato de concessão, o serviço público de rádio e televisão português conta com três principais fontes de recursos financeiros. A primeira é o próprio Estado, o qual deve direcionar repasses à corporação por meio de um sistema de controle que seja transparente. De acordo com o Relatório e Contas de 2014, naquele ano os fundos públicos recebidos pela RTP somaram 164,9 milhões de euros. Na sequência, há as receitas comerciais, nas quais estão inclusas atividades como a exploração comercial de programas e a venda de espaços publicitários. Em 2014, esse segmento rendeu 48 milhões de euros. A terceira fonte é a chamada “contribuição para o audiovisual”. Trata-se de uma taxa mensal paga pela população que incide sobre o fornecimento de energia elétrica. Seu rendimento para a RTP em 2014 foi de 164,9 milhões de euros, equiparando-se ao montante oriundo dos fundos públicos.

A RTPi integra o cenário da radiodifusão internacional como uma das principais emissoras em língua portuguesa. Ela se propõe a estabelecer laços com os, aproximadamente, 250 milhões de falantes de português no mundo, número estimado pelo Instituto Camões. Nesse sentido, o serviço de radiodifusão internacional oferecido pelo Brasil, por meio da TV

Brasil Internacional, surge nesse contexto para disputar um mesmo público, embora os canais tenham objetivos diferentes. Além da questão idiomática, a RTPi visa ser porta-voz da cultura portuguesa tanto para manter viva as relações entre o país e seus emigrantes quanto para divulgar Portugal e estabelecer diálogos com outras nações. Segundo Sousa (2005, p.179), as intenções dessa emissora internacional estão vinculadas a crença dos portugueses de que são “especialmente capazes de se relacionarem com outras culturas e povos”. Assim, para a autora, à medida em que os canais internacionais da RTP fomentam uma construção da lusofonia para além das fronteiras, eles pretendem cumprir um papel importante em âmbito global, assim como no período dos Descobrimentos.

2.4.2 BBC *World Service*

A BBC nasceu, em 1922, com o objetivo de explorar comercialmente o rádio no Reino Unido. Durante seus primeiros anos de existência, o grupo era chamado *British Broadcasting Company*. Esse foco mercadológico mudou a partir de 1927, quando a empresa foi transformada em uma entidade pública e passou a se chamar *British Broadcasting Corporation*, nome que permanece até os dias de hoje. Uma de suas principais características é o fato de ela ser a emissora com “a mais ampla operação em radiodifusão internacional no mundo” (SAITO, 2014, p. 3, tradução minha)¹⁰.

A história da BBC para além do território britânico teve início no período entreguerras, em 1932. No princípio, ela contava com uma programação radiofônica transmitida, unicamente em inglês, para países como Austrália, Nova Zelândia e Canadá. Segundo a própria corporação, com isso pretendia-se “persuadi-los a permanecer no Império Britânico” (BBC, 2005, arquivo digital, tradução minha)¹¹. Diante das tensões pré-Segunda Guerra, esperava-se que a BBC exercesse “um papel catalisador no combate entre as potências do Eixo e a contrabalançar seu poderio com suas emissões em 23 idiomas” (MATTELART, 2002, p. 84). Por essa razão, em 1938, a corporação passou a transmitir programas em alemão, italiano, francês, espanhol e português. Quando a Guerra chegou ao fim, em 1945, o serviço mundial já estava disponível com 45 idiomas. Ao passar dos anos, outros idiomas foram agregados e outros deixaram de ser trabalhados pela emissora. Hoje, o

¹⁰ “[...] *the most extensive international broadcasting operations in the world.*”

¹¹ “[...] *to persuade them to remain within the British Empire.*”

serviço internacional prestado pela BBC, chamado *BBC World Service*, produz conteúdos em 28 idiomas.

Em sua história recente, a principal reforma pela qual o *BBC World Service* passou foi em 2010. O então diretor do serviço mundial da BBC, Nigel Chapman, fez um anúncio, em 2005, sobre as transformações que entrariam em vigor no setor na década seguinte. Em seu discurso, disse que a missão das emissões ao exterior seria “fornecer as notícias internacionais mais confiáveis, relevantes e de alta qualidade do mundo, bem como um serviço indispensável de análise independente, com uma perspectiva internacional que promova um maior entendimento de questões complexas” (tradução minha)¹². Segundo Chapman, essa perspectiva internacional oferecida pela BBC seria uma qualidade vital num contexto onde as forças globais são cada vez mais intensas. Além disso, assumiu-se naquela ocasião que o futuro do serviço ao exterior da emissora, a partir de 2010, seria criar diálogos que transcendessem fronteiras e barreiras culturais, dando ao público a oportunidade de criar e compartilhar suas próprias histórias e visões. Nesse cenário, a internet surge como ferramenta ideal para concretizar esse objetivo e, por isso, foi também declarado que a veiculação de conteúdos via plataformas digitais receberia maior atenção.

Após a implementação dessas alterações no setor, o relatório anual e contas da BBC de 2014/15 traz uma delimitação mais recente sobre o serviço ao exterior da emissora. Ele estabelece que o *BBC World Service* supre a necessidade de um público localizado para além das fronteiras britânicas. Nesse sentido, compreende-se que a corporação tem a intenção de ser uma fonte alternativa de informação em países que não contam com meios de comunicação plurais ou autônomos. Em outras palavras, o mesmo documento declara que o *BBC World Service* se configura como uma emissora internacional multimídia que fornece ao público conteúdos em diversos idiomas por meio do rádio, TV, online e serviço mobile.

A audiência alcançada pelo serviço mundial da BBC no período 2014/15, ainda segundo o relatório anual, alcançou um número recorde: 210 milhões de pessoas. Verifica-se que as operações televisivas e digitais são as que atraem maior público. As principais formas de transmissão dos canais de rádio e televisão do *World Service* são via satélite e internet. Em relação à TV, alguns dos canais que integram o grupo internacional são o *BBC Persian Television*, criado em 2009 e transmitido em persa para o Irã, Afeganistão e Uzbequistão, e o *BBC Arabic Television*, inaugurado em 2008 e direcionado aos países do Oriente Médio.

¹² “To provide the most trusted, relevant and high quality international news in the world, and an indispensable service of independent analysis, with an international perspective, which promotes greater understanding of complex issues.”

Dentre as estações de rádio, destaca-se o canal transmitido em árabe, outros dois em inglês, sendo um voltado à Europa e outro ao Oriente Médio.

Por sua vez, o portal de notícias do grupo, o *bbc.com*, disponível em 28 idiomas, oferece conteúdos multimídia que são produzidos por redações específicas e para públicos específicos. Por exemplo, a BBC Brasil, é composta por aproximadamente 30 jornalistas brasileiros que atuam tanto no escritório de São Paulo quanto no de Londres. O serviço direcionado ao Brasil começou, em 1938, por meio de transmissões radiofônicas via ondas curtas. A programação em português durou até 2005. O ex-diretor da *BBC World Service*, Chapman, justificou que o cancelamento das transmissões foi motivado pelo fato de o serviço brasileiro na internet atrair muito mais público que o oferecido pelas ondas do rádio. Desde então, a equipe brasileira passou a se dedicar exclusivamente ao portal. Além disso, a BBC Brasil produz boletins informativos que são veiculados pela rádio CBN. Outra característica do *bbc.com*, mesmo na área destinada ao Brasil, é a existência de uma seção voltada à aprendizagem de inglês.

O *World Service* está submetido ao modelo público de comunicação da corporação britânica. Trata-se de uma lógica na qual o sistema de comunicação é enquadrado como um serviço ao qual os cidadãos têm direito e que deve ser provido e garantido pelo Estado, mas de forma independente para que seja possível atender somente ao interesse coletivo (SANTOS; SILVEIRA, 2007). Essa estrutura e os princípios da BBC e demais direcionamentos são firmados por uma *Royal Charter* (Carta Real), a qual tem validade de dez anos. Sua versão atual entrou em vigor em 2017.

A *Charter* estabelece que o conteúdo produzido e transmitido pelos veículos da BBC deve “ser de alta qualidade, inovador, atrativo, original e desafiador” (VALENTE, 2009, p. 246). Essa norma levou a corporação a constituir uma grade tanto nos canais de TV quanto nos de rádio de perfil generalista e com alguns programas segmentados de âmbito jornalístico, educativo e sobre as atividades do parlamento (VALENTE, 2009). De acordo com informações institucionais, a programação do *BBC World Service* abrange conteúdos sobre notícias, educação e entretenimento que carreguem um caráter autêntico, imparcial e preciso.

Em relação à gestão da BBC, incluindo o serviço mundial, a *Royal Charter* atribui esse papel ao *BBC Trust*. Trata-se de um conselho composto por 12 membros da sociedade civil que tem como dever representar os interesses dos cidadãos que financiam, por meio de uma taxa, o serviço da emissora. “O *trust* define a estratégia geral para a BBC, incluindo suas prioridades, e exercita uma visão geral sobre a atuação dos canais” (VALENTE, 2009, p.

239). Além dessa instância, a emissora é coordenada por um órgão executivo, responsável pela administração operacional, e pelos órgãos reguladores de mídia do país.

O serviço mundial e a *bbc.com* fazem parte do *World Service Group*, o qual, desde 2014, integra a *BBC News*. Esse grupo é composto ainda pela *World News TV* e pela *Media Action*, setor internacional da emissora que visa utilizar a mídia como meio para informar, conectar e empoderar pessoas ao redor mundo. Portanto, atualmente, segundo o relatório e contas 2014/5, o compromisso da *BBC News* de “trazer o mundo para o Reino Unido e levar o Reino Unido para o mundo” conta com o apoio do *World Service*.

Em relação ao modelo de financiamento, a BBC é mantida por um imposto anual (*license fee*) paga pelos cidadãos detentores de aparelhos de rádio ou televisão (VALENTE, 2009). O valor da taxa é estabelecido pela Secretaria de Estado para Cultura, Mídia e Esporte do Reino Unido em acordo com a BBC, e, atualmente, custa 145,50 libras aos cidadãos britânicos. Desde 2014, o *World Service* também passou a ser financiado pela *license fee*. Anteriormente, ele era mantido por fundos públicos oriundos do *Foreign and Commonwealth Office*, órgão governamental responsável pelos interesses internacionais do Reino Unido. De acordo com o relatório 2014/15, o serviço mundial da BBC custa, anualmente, 245 milhões de libras. Demais serviços internacionais da emissora, como a *BBC World News TV* e a *bbc.com*, não são mantidos pela contribuição dos cidadãos, mas sim por receitas publicitárias.

A longa trajetória da BBC é um dos aspectos que a faz se destacar no cenário da radiodifusão internacional. Sendo uma das primeiras emissoras a transcender seu território nacional, o serviço ao exterior da BBC foi marcado por seu viés propagandista, sobretudo durante a Segunda Guerra Mundial e durante o período da Guerra Fria. Contudo, as novas conjunturas políticas, sociais e as inovações tecnológicas no campo da comunicação levaram o *World Service* a ser reestruturado. Institucionalmente falando, seu perfil atual contempla um serviço multimídia a fim de ser uma fonte alternativa de informação no exterior e com potencial para criar diálogos.

2.4.3 Deutsche Welle

A Alemanha conta com uma emissora internacional equivalente à BBC: a *Deutsche Welle*¹³ (DW). Criada no período pós-guerra, em 1953, pela então República Federal da Alemanha (RFA), ela iniciou suas atividades transmitindo, via ondas curtas, programações de

¹³ Em tradução livre, o nome da emissora significa “Onda Alemã”.

rádio em alemão. No ano seguinte, quatro novos idiomas passaram a ser trabalhados pela emissora: inglês, português, francês e espanhol (SANTOS; VICENTE, 2016). A partir de então, a DW começou a expandir suas ofertas, agregando cada vez mais idiomas e alcançando novos públicos.

A *Deutsche Welle* nasceu com um cunho totalmente internacional. A sua missão se limita a atender o público estrangeiro por meio de seus veículos e com ofertas em múltiplos idiomas (ALEMANHA, 2004). Além disso, a DW visa representar a Alemanha mundo afora como um “Estado de Direito, liberal e democrático, inserido no contexto cultural europeu” e também “promover o intercâmbio e a compreensão mútua entre os povos e culturas do mundo” (DW, 2016, arquivo digital). Ao mesmo tempo, ela também se propõe a manter alemães residentes no exterior conectados ao país de origem. Além disso, Zöllner (2006, p. 166, tradução minha) afirma que a DW “é claramente identificada como parte dos esforços de diplomacia pública da Alemanha por meio do governo federal alemão”¹⁴.

A fim de cumprir seus objetivos, a emissora dispõe de três núcleos de serviço. Primeiramente, há a DW-Rádio, responsável pelos programas de rádio que são transmitidos via ondas curtas, *streaming*, satélite e cabo. O serviço televisivo, por sua vez, é oferecido pela DW-TV, criada em 1992. Contudo, a *Deutsche Welle* conta com canais de TV desde 1961, quando tinha parceria com outras emissoras alemãs e do exterior. Atualmente, a DW-TV trabalha com quatro idiomas (alemão, árabe, espanhol e inglês) por meio de seis canais (DW, DW-Europe, DW-América, DW-Ásia, DW-América Latina e DW-Arábia). Eles podem ser assistidos via *streaming*, satélite e cabo. O terceiro e mais recente núcleo é o DW-World, portal jornalístico multimídia da emissora disponível em 30 idiomas. A *Deutsche Welle* conta com uma página na *web* desde 1994. Entretanto, as notícias publicadas *online* naquele período eram transposições de textos radiofônicos. Esse cenário só foi alterado em 2000, quando a emissora passou a formar equipes específicas para produzir conteúdos para o portal (GROSSMANN, 2007). Assim como o portal da BBC, o DW-World também tem uma área destinada ao ensino de idioma, no caso, do alemão.

A *Deutsche Welle* oferece um serviço específico ao Brasil por meio da DW-Brasil, seção em português do DW-World. As relações entre a emissora e o país começaram em 1962 com a criação de um canal de rádio. As transmissões foram interrompidas em 1999 e, desde 2000, as produções da emissora para o Brasil têm se concentrado no portal. A DW-Brasil é composta por jornalistas brasileiros e suas produções costumam ter um perfil mais analítico.

¹⁴ “[...] is clearly identified as part of Germany’s public diplomacy efforts by the German federal government.”

Assim, “desempenham a função de interconectar o Brasil e a Alemanha, fornecendo representações de ambos os países e buscando estabelecer diálogos interculturais” (SANTOS; VICENTE, 2016, p. 87).

No Brasil, a *Deutsche Welle* pode ser assistida por meio do portal DW-World e através de TV por assinatura. Além disso, alguns veículos nacionais publicam e transmitem conteúdos produzidos pela DW-Brasil.

A redação brasileira fornece conteúdo a veículos nacionais, como aos jornais Folha de São Paulo e O Povo, de Fortaleza, à revista Carta Capital, e aos portais Terra e UOL. A redação também produz dois programas audiovisuais, um sobre cultura e outro sobre ciência e tecnologia. Estes são veiculados no portal e retransmitidos no Brasil pelo Canal Futura, TV Brasil, Rede Minas e pela TV Câmara Tupã. (SANTOS; VICENTE, 2016, p. 81)

Em relação ao perfil das ofertas da *Deutsche Welle*, o *DW-Act*, lei que regulamenta a existência e a operação da emissora, institui que suas produções devem priorizar as áreas de política, cultura e economia, fornecendo ao público europeu e de demais continentes o ponto de vista alemão sobre os assuntos. Dentre os princípios básicos que suas programações precisam atender estão: respeitar e proteger a dignidade humana; respeitar as leis voltadas aos jovens e a igualdade de gênero; respeitar a moral, a religião e as crenças do público; ser imparciais ao tratar de comunidades religiosas, associações políticas, profissões e comunidades de interesse. Além desses tópicos, segundo a norma, as reportagens devem ser verdadeiras, factuais e compreensíveis e os jornalistas cientes de que suas produções podem interferir nas relações entre a Alemanha e outros países. Por fim, é pontuado que as produções jornalísticas devem ser construídas a partir de fontes certificadamente confiáveis e que conteúdos opinativos devem ser sinalizados como tais.

A *Deutsche Welle* integra o “Agrupamento de Emissoras de Direito Público da Alemanha” (ARD), uma associação de radiodifusão pública responsável por um conglomerado de canais de rádio e de televisão. A DW, no entanto, conta com uma gestão própria, composta por três instâncias. Primeiramente, há o conselho de radiodifusão, grupo equivalente ao conselho de opinião da RTP e ao *BBC Trust*. Ele é integrado por representantes da sociedade civil e é responsável por representar os interesses públicos dentro da *Deutsche Welle*. Cabe ao conselho de radiodifusão tomar decisões sobre a emissora, aconselhar o Diretor Geral sobre o perfil dos programas e supervisionar se os princípios básicos das programações são cumpridos. Ele é composto por 17 membros, dos quais cinco são indicados por instâncias do governo e os 12 restantes são apontados pelas seguintes

organizações e grupos sociais: a Igreja Evangélica; a Igreja Católica; o Conselho Central de Judeus na Alemanha; a Confederação de Associações de Empregadores Alemães (BDA) em parceria com a Confederação Alemã das Câmaras de Comércio e Indústria (DIHT); principais sindicatos; a Federação Alemã de Esportes; o *Capacity Building International*; o Conselho Alemão de Cultura; a Academia Alemã de Línguas e Literatura; e a Conferência de Reitores Alemães.

O conselho executivo, segunda instância de gerência da DW, tem como função supervisionar as atividades administrativas do diretor geral, exceto os planejamentos de programação. Esse conselho tem o poder de inspecionar os documentos da emissora, visitar suas sedes, analisar procedimentos e solicitar relatórios ao diretor geral. Seu quadro de membros é integrado por sete pessoas, das quais três são eleitas ou indicadas pelo governo e as outras quatro, que devem pertencer às organizações ou órgãos sociais citados no parágrafo anterior, são eleitas pelo conselho de radiodifusão.

Por fim, a DW também é administrada por um diretor geral. Segundo o *DW-Act*, ele deve exercer seu papel de forma independente. Algumas de suas funções são: preparar e planejar as programações; operar a corporação como um todo; assegurar que os programas da emissora cumpram as normas do estatuto; representar a corporação dentro e fora do tribunal; e publicar regimentos internos.

O modelo de financiamento do sistema público de comunicação da Alemanha é semelhante ao do Reino Unido. A maior fração dos recursos que mantêm os veículos públicos de radiodifusão da Alemanha é proveniente de um imposto pago pelos cidadãos (VALENTE, 2009). Atualmente, o valor mensal dessa taxa é de 17,98 euros. Ela não leva em consideração o número de aparelhos de rádio ou televisão que cada pessoa possui. A outra parte dos fundos que sustenta o sistema é oriundo de verbas publicitárias. Estima-se que anualmente sejam arrecadados cerca de 7.6 bilhões de euros por meio do imposto, enquanto os comerciais rendem aproximadamente 500 milhões de euros. No entanto, o financiamento da *Deutsche Welle*, embora ela integre a ARD, se diferencia desse modelo aplicado ao sistema público de radiodifusão alemão. Seus recursos provêm do governo federal alemão. O *DW-Act* determina que a emissora internacional tem independência para administrar suas finanças. De acordo com a última Demonstração do Resultado do Exercício da DW, o subsídio federal recebido pela corporação em 2014 foi de aproximadamente 311 milhões de euros.

A *Deutsche Welle* “pode ser considerada uma agente de fomento a ressignificações sobre a Alemanha mundo afora, bem como divulgadora do idioma alemão” (SANTOS;

VICENTE, 2016, p. 88). De fato, como exposto, a emissora busca representar a Alemanha e os seus valores ao exterior. De modo geral, o fato de a DW estar alicerçada sobre bases legais que buscam garantir sua autonomia, como a participação da sociedade civil em sua gestão, a protege de ser uma ferramenta propagandista. Ao lado BBC, ela é uma das maiores emissoras internacionais divulgadoras da Europa, fato que se justifica pela dimensão de seus serviços.

2.4.4 *Voice of America*¹⁵

Os Estados Unidos contam com um verdadeiro sistema de radiodifusão internacional. Atualmente, o país financia cinco redes (*Voice of America*; Rádio *Free Europe/Liberty*; Rádio e TV *Martí*; Rádio *Free Asia*; e a *Middle East Broadcast Networks* – Rádio Sawa e TV Alhurra), cada qual atuando, estrategicamente, em diferentes partes do planeta e com objetivos específicos. A maior e mais antiga delas é a *Voice of America* (VOA), criada em 1942, logo após o ataque japonês a *Pearl Harbor*. A emissora, que operava sob o controle do *Office of War Information*, foi instituída, sobretudo, para confrontar a propaganda nazista. A frase que abriu sua primeira transmissão foi: “as notícias podem ser boas ou ruins, nós devemos te contar a verdade”.

Uma característica central da radiodifusão estadunidense é o fato de ela ter sempre sido usada como um instrumento de diplomacia pública (PRICE, 2002; GREGORY, 2006; JAN, 2016). Esse aspecto foi reforçado após o fim da Segunda Guerra Mundial, quando muitas agências federais criadas durante o conflito foram extintas e a VOA foi reorganizada e preservada devido ao progresso da União Soviética e à ascensão da Guerra Fria. De acordo com Lennon (2016, entrevista, tradução minha), ex-Diretor de Planejamento e Estratégia da VOA, naquele período “as atividades e os objetivos da emissora, como fora determinado pelo Congresso, era enfrentar a ameaça soviética por meio da divulgação da verdade – sobre o governo comunista da URSS e sobre a vida nos Estados Unidos”¹⁶. O *Office of War Information* foi fechado após a Segunda Guerra e a VOA foi integrada ao Departamento de Estado. Em 1953, ela passou a fazer parte da *United States Information Agency* (USIA), agência dedicada a trabalhos de diplomacia pública (JAN, 2016). Essa mudança

¹⁵ Esta subseção é fruto de uma pesquisa complementar realizada em Washington D.C., nos Estados Unidos, por meio da George Washington University e sob a orientação do Prof. Dr. William Youmans. A investigação foi conduzida durante setembro e outubro de 2016 e fomentada pela Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (processo: 16/08531-3).

¹⁶ “*The activities and goals of VOA, as assigned by Congress, were to meet the Soviet threat by continuing to tell the truth - about communist rule in the Soviet Union, and about life in the United States.*”

administrativa tornou, de maneira oficial, a VOA um braço das políticas externas estadunidenses.

Após a Guerra Fria, em 1999, a USIA foi integrada ao Departamento de Estado e a *Voice of America*, como todas as outras emissoras de radiodifusão internacional dos EUA, se tornou parte da *Broadcasting Board of Governors* (BBG) (JAN, 2016), uma agência independente do governo estadunidense, cuja missão é informar, engajar e conectar as pessoas ao redor do mundo, buscando promover a liberdade e a democracia. A BBG foi constituída a fim de atuar como um *firewall*, ou seja, uma barreira que separa a atuação das emissoras de possíveis influências do governo.

Desde que se tornou parte da BBG, a VOA tem vivenciado inúmeras alterações e adaptações em seus serviços, incluindo operações em novos idiomas e a abolição de outros, bem como produções para redes sociais e novas plataformas. Uma das mais significativas transformações pela qual a emissora passou foi após os ataques de 11 de setembro. A ação terrorista levou a VOA a aumentar sua atenção ao Oriente Médio, o que resultou na ampliação das produções em Árabe, bem como na criação de serviços em Dari e em Pashto para o Afeganistão e ainda em Urdu para o Paquistão (ELLIOTT, 2016). O objetivo era, e ainda é, fomentar uma compreensão mútua entre as nações (KING, 2016).

Ao longo dos anos, a VOA tem enfrentado críticas sobre sua atuação e existência. Segundo Lennon (2016, entrevista, tradução minha), os argumentos levantados por aqueles que não aprovam o trabalho da emissora são sustentados pela visão de que a organização

[...] é um anacronismo da Guerra Fria e que deveria ser fechada; que ela não foca com força suficiente nos “inimigos” dos Estados Unidos, como o ISIS e outras ameaças terroristas amorfas; que a VOA não reflete a vida das pessoas que vivem nos EUA; ou, que ela gasta muito tempo e energia refletindo sobre experiências e sobre as “notícias ruins” relacionadas aos Estados Unidos [racismo, tiroteios envolvendo policiais e coisas do gênero].¹⁷

Há, por exemplo, esforços provenientes do Congresso a fim de replanejar ou mesmo extinguir as operações da VOA. Alguns deputados acreditam que a diplomacia pública estadunidense é ineficaz, incluindo as emissoras que compõem a BBG. Em 2015, o republicano Matt Salmon apresentou um projeto de lei que visa proibir que o governo dos EUA continue financiamento a VOA. De acordo com informações em seu website, Salmon

¹⁷ “[...] is an anachronism of the Cold War and should be shut down; that it doesn't focus with enough strength on America's "enemies", such as ISIS and more amorphous terrorist threats; that it doesn't reflect the lives of people in the United States; or, that it spends too much time and energy reflecting on the lives and "bad news" stories about the United States (racism, police shootings, and the like).”

defende que a emissora “tem se desviado de sua missão original e se tornado um veículo de notícias governamentais” (tradução minha)¹⁸. Ele também argumenta que não faz sentido manter emissoras como a VOA em tempos de internet e de redes sociais. Por outro lado, a partir da leitura das atas do Congresso, pode-se identificar manifestações de apoio ao trabalho executado pela VOA. É o caso do discurso da democrata Yvette Clarke que, no dia 22 de março de 2016, parabenizou todas as emissoras que compõem a *U.S. international broadcasting*, incluindo a *Voice of America*. Ela destacou “o trabalho conjunto e comovente que eles têm feito para criar e desenvolver seus serviços televisivos em russo”. Clarke acredita que “o trabalho deles faz uma contribuição crucial no que diz respeito ao apoio à liberdade de expressão para comunicadores russos situados em regiões críticas ao redor do mundo” (tradução minha)¹⁹.

Para Elliot (2016), as atividades da VOA precisam ser repensadas para que haja uma melhoria de seus serviços. Ele mantém o que escreveu em seu artigo “*Too many voice of America*”, em 1989: todas as estações de rádio e televisão de âmbito internacional patrocinadas pelos EUA deveriam ser fundidas e transformadas em uma única emissora. Essa organização individual deveria focar em um jornalismo completamente independente, deixando de lado os compromissos com a diplomacia pública, os quais deveriam ser executados, exclusivamente, pelo Departamento de Estado.

Em relação aos serviços prestados pela VOA, eles permanecem sendo emitidos para determinadas regiões via ondas curtas. Ao mesmo tempo, a organização opera utilizando recursos modernos, podendo ser acessada, por exemplo, via satélite, cabo e internet. A fim de adaptar-se ao atual cenário midiático, a *Voice of America* tornou-se, assim como a *Deutsche Welle*, uma emissora multimídia. Semanalmente, ela transmite 1.800 horas de programação televisiva e radiofônica e o seu portal de notícias, o “VOA News”, é disponibilizada em 45 idiomas. Além disso, a emissora conta com quatro aplicativos de celular, bem como compartilha e interage com seu público via redes sociais, como *Facebook*, *Twitter* e *Youtube*. Segundo Lansing (2016), as emissoras de radiodifusão internacional dos EUA devem estar presentes nas redes sociais para criar um relacionamento com o público. Portanto, não só o alcance global da emissora é importante para o seu sucesso, mas também o grau de interação que estabelece com aqueles que consomem seus conteúdos.

¹⁸ “[...] has veered from its original mission and become a government-funded news outlet.”

¹⁹ “[...] the dramatic work they have done in jointly creating and developing their Russian language television news venture [...] their work makes a critical contribution to supporting the freedom of the press for Russian speakers in critical regions around the world”.

A estimativa é que a VOA alcance, semanalmente, cerca de 187 milhões de pessoas ao redor do mundo. Seu público “tende a ser bem instruído, urbano e abastado” (ELLIOTT, 2016, entrevista, tradução minha)²⁰. Além disso, desde que a emissora passou a estar presente nas redes sociais, o perfil do seu público tem sido composto, cada vez mais, por jovens (ELLIOTT, 2016). Os assuntos de maior interesse do público da VOA costumam ser aqueles relacionados ao seu próprio país. O ouvinte ou internauta da Uganda, por exemplo, sintoniza ou acessa a VOA mais interessado em saber sobre o que está se passando em seu território do que para se informar sobre os EUA. Esse interesse está conectado ao fato de a VOA focar em territórios onde não haja liberdade de informação ou onde não exista um ambiente midiático desenvolvido. Portanto, ela acaba se tornando uma das poucas fontes de informações desses públicos e, ao mesmo tempo que reporta assuntos sobre os EUA, também oferece coberturas específicas para cada país sobre seus assuntos internos.

Assim como a BBC e a *Deutsche Welle*, a VOA também oferece serviços voltados ao ensino de sua língua vernácula. Esse serviço existe desde 1959 e em 2014 foi expandido, o que significou o aumento na produção de materiais didáticos e jornalísticos direcionados aos interessados em aprender o idioma.

Em relação aos serviços destinados ao Brasil, eles foram estabelecidos durante o começo da Segunda Guerra e interrompidos em 2002-2003 devido a cortes no orçamento e também devido a uma questão estratégica. Naquele período, o Congresso estava reorganizando as prioridades da VOA e dando atenção especial às tecnologias digitais e à televisão. Além disso, para diminuir as despesas, reduziram ou eliminaram as transmissões para países que viviam sob governos democráticos e que contavam com um ambiente midiático diversificado, como é o caso do Brasil (ainda que isso seja discutível).

Todos os conteúdos produzidos pela VOA são guiados pelos princípios firmados pelo *VOA Charter*. O documento foi transformado em lei em 1976 pelo então presidente Gerald Ford. Desde então, ficou estabelecido que: 1) a VOA servirá como uma fonte de notícias consistentemente confiável e leal. As notícias da VOA serão precisas, objetivas e compreensíveis. 2) A VOA representará todo os EUA e não um único segmento da sociedade estadunidense. Portanto, apresentará uma projeção dos pensamentos e instituições significativas dos EUA de maneira balanceada e compreensível. 3) A VOA apresentará a políticas dos EUA de forma clara e efetiva. Apresentará também discussões e opiniões

²⁰ “[...] tends to be well educated, urban, and affluent.”

responsáveis sobre essas políticas. Há ainda o *Journalism Code*, o qual fornece princípios que orientam a atuação dos jornalistas.

A regulação da VOA, além do VOA Charter, é norteada pelo *Smith-Mundt Act*, de 1948, o qual autoriza que informações sobre os EUA sejam transmitidas internacionalmente. A primeira versão do documento proibia a VOA de transmitir dentro do território estadunidense. Contudo, essa regra, que era um resquício da Guerra Fria, deixou de existir em 2013, quando houve uma atualização da lei. Os principais fatores que motivavam a proibição eram a) a intenção em não competir com as emissoras comerciais do país e b) a crença de que os cidadãos dos EUA pudessem ser influenciados pelos conteúdos da VOA. No entanto, nunca foram postos grandes obstáculos para impedir que os estadunidenses acessassem a VOA. Seu website, por exemplo, nunca foi bloqueado no país. Por fim, a gestão da VOA também é guiada pelo *International Broadcasting Act*, o qual determina que as operações das estações de radiodifusão internacional dos Estados Unidos devam estar sob o comando da BBG.

A agência foi criada para ser autônoma e agir como uma barreira entre o governo e o campo editorial das emissoras. Ao mesmo tempo que a BBG é independente, ela é parte do governo e está suscetível às prioridades estabelecidas pela presidência e pelo Congresso (KING, 2016). Historicamente, a relação administrativa entre a VOA e o governo tem variado entre momentos de proximidade e outros de maior afastamento. Elliott (2016) considera que a BBG parece estar atuando mais perto do governo. Para ele, entre a década de 1990 e a primeira década do século XXI, a VOA viveu tempos de maior independência. Atualmente, as escolhas feitas pela BBG parecem convergir com os interesses do governo, o que torna a relação entre ambas as instâncias mais cordial e, assim, mais fácil para angariar fundos.

A BBG era comandada por um órgão composto por nove membros indicados pelo Presidente dos EUA e aprovados pelo Senado, incluindo o Secretário de Estado que atuava como um membro *ex-officio*. Essa estrutura foi alterada em Dezembro de 2016, quando os líderes republicanos inseriram uma emenda no anual *National Defense Authorization Act*. O novo texto elimina o órgão e estabelece em seu lugar a posição de um Chefe Executivo, o qual deve ser nomeado pelo Presidente do país e confirmado pelo Senado. Até o momento, Donald Trump ainda não determinou quem irá chefiar a BBG. Essa mudança tem sido interpretada como um mecanismo de aproximação entre o governo e a agência, o que pode, conseqüentemente, ameaçar a autonomia das emissoras por ela supervisionadas, como a VOA.

Não só a estrutura da gestão, mas também o modelo financiamento pode interferir na independência de uma emissora, como sinalizado pela percepção de Elliot (2016). Em outras palavras, essa conexão entre o governo e a emissora se deve ao fato de “o financiamento da VOA depender de processos políticos por meio de uma legislatura, a qual fornece um mecanismo para controles políticos e interferência pública” (YOUMANS & POWERS, 2012, p. 2163, tradução minha)²¹. Como já indicado, a BBG é custeada pelo Congresso, o qual é responsável por examinar a atuação da emissora e por determinar a verba a ser repassada. Em primeira instância, é o presidente do país quem propõe a quantia do orçamento e o Congresso avalia a proposta. A maior parte do orçamento da BBG é destinado à VOA. Em 2015, a VOA recebeu 210.4 milhões de dólares do total de cerca de 750 milhões de dólares recebidos pela BBG. Não houve alterações significativas nos valores referentes a 2016 e 2017.

Entre as prioridades de investimento da VOA para 2017, destacam-se: 15 milhões de dólares para a expansão da produção digital e de vídeo destinado ao público jovem; 3.5 milhões de dólares para aumentar os conteúdos digitais para falantes de russo e para regiões impactadas pelo Estado Islâmico do Iraque e do Levante (ISIS), incluindo a Indonésia, Bangladesh, Paquistão e Afeganistão. Além disso, está prevista a criação de equipes de repórteres digitais focados de redes sociais, os quais fornecerão uma plataforma pública para que haja debates e discussões sobre o extremismo do ISIS.

2.4.5 Balanço final

As experiências apresentadas neste capítulo oferecem parâmetros sobre as características do grupo de veículos de comunicação financiados via orçamento público e direcionados ao exterior. Observa-se, primeiramente, que a existência e operacionalização dos quatro casos descritos aqui são sustentadas por regulamentações específicas. A RTPi, a BBC *World Service*, a DW e a VOA são orientadas por normas legais e/ou contratuais que determinam suas missões, modelos de gestão e formas de financiamento.

As quatro experiências expostas se mostram conectadas às pretensões de cunho internacional de seus países financiadores. Em Portugal, a RTPi emergiu de um cenário no qual o governo buscava meios de manter relações com suas ex-colônias africanas, levando-o a utilizar a radiodifusão para tal fim. Os meios de comunicação tradicionais foram explorados, portanto, como uma ferramenta diplomática e de promoção da cultura portuguesa. Oriundas

²¹ “[...] VOA’s funding is contingent on political processes through the legislature, which provides a mechanism for political controls and public interference.”

de um outro contexto, as emissoras internacionais do Reino Unido e dos EUA foram criadas em decorrência do novo conflito mundial que estava se moldando. A partir dos programas de rádio, visavam influenciar nos rumos da guerra. A *Voice of America*, em especial, foi consolidada institucionalmente como instrumento de diplomacia pública, sobretudo durante o período da Guerra Fria, quando ela passou a compor a USIA. Em relação à Alemanha, o fato de a *Deutsche Welle* ter iniciado suas transmissões alguns anos depois do fim da Segunda Guerra indica o interesse do país em reconstruir sua imagem no cenário internacional, a qual havia sido marcada pelo regime nazista. Esta afirmação é fortalecida pela missão atual da emissora: divulgar a Alemanha como um Estado de Direito e democrático, ou seja, aspectos que contrastam com a realidade do passado alemão.

Ao mesmo tempo que essas emissoras buscam, cada qual ao seu modo, construir uma imagem positiva de seus países financiadores na arena mundial, elas também operam como um braço do Estado a fim de agir no plano de suas relações exteriores. Nos Estados Unidos a radiodifusão internacional é explicitamente classificada como um instrumento de diplomacia pública, principalmente devido ao fato de essa concepção ter nascido e se fortalecido lá. No caso da *Deutsche Welle*, ela também é classificada por determinados autores (ZÖLLNER, 2006; RICHTER, 2008) como uma ferramenta da diplomacia pública alemã. Essa noção é fortalecida, por exemplo, pela norma do *DW-Act* que fixa que os jornalistas da corporação devem estar cientes de que suas produções podem interferir nas relações da Alemanha com outros países. A RPTi e BBC World Service reúnem características que também a conectam, em alguma medida, com esse conceito. Elas buscam, de certa forma, atrair afetivamente e cognitivamente públicos estrangeiros e, desse modo, fomentar o poder brando de seus respectivos Estados. No entanto, deve-se manter em mente que essas são associações gerais. Portanto, caberia a estudos específicos identificar como cada uma dessas emissoras operam no campo da diplomacia pública e quais são os impactos delas no *soft power* de cada país.

No que se refere aos serviços oferecidos, como mostra o quadro 3, a TV é o veículo unânime entre as experiências apresentadas, fato que corrobora com a afirmação de Price; Hass e Margolin (2008) sobre a televisão ter se tornado o serviço mais bem sucedido da radiodifusão internacional. Ao mesmo tempo, três emissoras – *BBC World Service*, *Deutsche Welle* e *Voice of America* - dedicam-se a produção multimídia, ou seja, oferecem programações para o rádio e para a TV, bem como conteúdos para plataformas digitais. Os três casos também se destacam pelo número de idiomas em que seus serviços são disponibilizados, enquanto a RTPi conta com uma programação inteiramente em língua

portuguesa, sendo que algumas produções possuem legenda em inglês e *dual audio*. Além disso, com exceção do veículo português, essas emissoras fornecem conteúdos em seus portais com intuito de ensinar suas respectivas línguas vernáculas. Trata-se de um serviço estratégico e relativo aos propósitos da diplomacia pública.

Quadro 3: Comparação entre quatro emissoras de radiodifusão internacional.

Emissora	Serviços	Idiomas	Ensino Idioma	Gestão	Financiamento
RTPi	Televisão	2	Não	Órgãos sociais; conselho de opinião; provedores do ouvinte e do telespectador.	Estado; receitas comerciais; contribuição para o audiovisual (imposto)
BBC World Service	Televisão, rádio, internet	28	Sim	BBC Trust; órgão executivo; órgãos reguladores de mídia do país.	Taxa de licença (imposto)
Deutsche Welle	Televisão, rádio, internet	30	Sim	Conselho de radiodifusão; conselho executivo; diretor geral.	Estado
Voice of America	Televisão, rádio, internet	45	Sim	Broadcasting Board of Governors (Chefe executivo)	Estado (Congresso)

Fonte: Elaborado pelo autor com base nas informações obtidas por meio do levantamento documental.

Quanto à gestão, todas são coordenadas por órgãos que, nos termos das leis, não respondem diretamente ao governo. Desse modo, visa-se garantir a elas determinado grau de independência, bem como protegê-las de se tornarem porta-vozes do governo. O caráter público dos meios de comunicação, como será discutido no capítulo IV, é assegurado, por exemplo, pela participação da sociedade civil na administração das emissoras. Nesse sentido, a RTPi conta com os órgãos sociais, a *BBC World Service* com a *BBC Trust* e a *Deutsche Welle* com o conselho de radiodifusão. Tais instâncias são compostas por representantes de variados grupos sociais e que almejam assegurar que interesses coletivos balizem os serviços prestados por esses veículos. No caso estadunidense, o comando da VOA, por meio da BBG, era descentralizado e partilhado entre nove diretores, porém, desde dezembro de 2016, essa estrutura está extinta. Como exposto, a BBG agora deverá ser gerida por um Chefe Executivo. Em suma, embora os casos apresentados desfrutem de mecanismos para garantir independência em relação ao governo, deve-se observar que elas operam sob diferentes graus de autonomia. Em outras palavras, o governo pode interferir na administração dessas

corporações, por exemplo, ao indicar membros para compor os conselhos e órgãos de gestão, ao definir o orçamento e as prioridades das emissoras ou ao aprovar alterações nas normas que as regulam.

No quesito financiamento, os casos apresentados são mantidos, principalmente, via repasses do Estado e de impostos específicos para a radiodifusão. O sistema público de comunicação de Portugal, no qual a RTPi está inserida, é financiado pelo Estado, por receitas comerciais e por uma taxa paga pelos cidadãos. Atualmente, o serviço mundial da BBC é mantido unicamente pelo recolhimento de imposto. Os orçamentos da DW e da VOA são provenientes de seus respectivos governos federais.

As experiências em radiodifusão internacional expostas aqui demonstram que, embora existam fatores comuns entre as emissoras, elas apresentam objetivos e modelos de gestão e de financiamento particulares. Todas atuam, em alguma medida, como braço da política externa de seus países, bem como visam se estruturar, ou se fazer parecer, como um serviço independente do governo. Além disso, com base no cenário apresentado, pode-se observar que o campo da radiodifusão internacional é assimétrico, sendo os países hegemônicos aqueles que oferecem ao exterior um serviço midiático mais sofisticado. Não é por acaso que os Estados Unidos contam com um verdadeiro sistema de *international broadcasting*, o qual é composto por cinco redes e que tem um investimento anual de aproximadamente 750 milhões de dólares, mesmo que a efetividade dessas emissoras seja ponto de debate no país. Ao lado dos EUA, os maiores serviços de radiodifusão internacional são oferecidos pela Alemanha e pelo Reino Unido, duas potências econômicas da Europa. Já Portugal dispõe de uma estrutura voltada ao exterior mais modesta quando em comparação com os outros três países. No capítulo IV, esse panorama será retomado a fim de discutir as características da TV Brasil Internacional.

CAPÍTULO III – REPRESENTAÇÃO, CULTURA E MUNDIALIZAÇÃO

Diante da constatação de que uma das funções da radiodifusão internacional seja promover a imagem de seus respectivos países financiadores, este capítulo se debruça sobre bases teóricas que dialoguem com essa finalidade. Dessa maneira, são expostas, primeiramente, perspectivas sobre representação social, destacando o seu elo com a realidade e com a maneira como as pessoas percebem o seu entorno. Na sequência, a partir do estabelecimento de uma noção específica de cultura, aborda-se aqui aspectos da construção da identidade e cultura nacional e o papel dos meios de comunicação nesse processo. Por fim, foca-se no fenômeno da mundialização e nas interconexões de ordem cultural desencadeadas do contexto da globalização.

3.1 Representação social

Uma das principais características dos estudos sobre representações é a sua dimensão interdisciplinar e transdisciplinar. As noções sobre esse tema foram construídas com base em pesquisas nos campos da sociologia e da psicologia e, atualmente, diversas áreas das Ciências Sociais e Ciências Sociais Aplicadas têm incorporado as representações as suas pesquisas.

A perspectiva sociológica sobre o assunto foi fornecida por Durkheim. O autor denominou “representações coletivas” o conjunto de significados embutidos em artefatos construídos e compartilhados por uma sociedade (FRANÇA, 2004). Elas são caracterizadas como coletivas “não só porque são compartilhadas pelos membros de um grupo, mas porque são elaboradas, mantidas e transformadas socialmente, no seio das relações sociais, e porque também possuem um elo estruturante dessas mesmas relações sociais” (SANTAMARÍA, 2002 *apud* ALSINA, 2009, p. 302).

A psicologia, por sua vez, desenvolveu uma concepção sobre representação tendo como fundamento, além dos processos sociais, os aspectos cognitivos e simbólicos do ser humano, e atribuindo dimensões mais subjetivas ao campo social. Nesse contexto, uma das principais referências é o autor francês Moscovici, o qual cunhou o termo representações sociais a fim de abranger a dimensão diversa das sociedades. Segundo Oliveira (2004), a substituição do termo “coletivas” por “sociais” não corresponde a uma alteração substantiva

de sentido. Para Sá (1996, p. 38) “a rigor, a proposição das representações sociais não revoga as representações coletivas, mas acrescenta outros fenômenos ao campo de estudos”.

Na chave da psicologia social, o fenômeno das representações é resultado da integração entre a cognição individual e as relações do sujeito com o coletivo. Esses fatores podem ser articulados de diversas maneiras com propósito de estabelecer uma definição de representação social. Dado o caráter interdisciplinar do tema e as diferentes combinações que seus elementos podem apresentar, Moscovici (1981, p. 181) compreende por representações sociais:

[...] um conjunto de conceitos, proposições e explicações originado na vida cotidiana no curso de comunicações interpessoais. Elas são o equivalente, em nossa sociedade, dos mitos e sistemas de crenças das sociedades tradicionais; porém podem, também, ser vistas como a versão contemporânea do senso comum.

Em busca de uma definição consensual e que abranja os interesses deste estudo, adota-se aqui a concepção proposta por Jodelet (1989, p. 36). Ela entende as representações sociais como “uma forma de conhecimento, socialmente elaborada e partilhada, que tem um objetivo prático e concorre para a construção de uma realidade comum a um conjunto social”. Na percepção da autora, as representações são elaboradas e expressas tanto individualmente quanto socialmente e, ao mesmo tempo, carregam aspectos simbólicos, interpretativos e práticos (liga um sujeito a um objeto) que permeiam as ações e as relações sociais.

As representações não devem ser encaradas como um reflexo da realidade. Na verdade, elas são uma “organização significante” (ABRIC, 2000). Nessa perspectiva, pode-se afirmar que as representações são socialmente construídas a partir de duas instâncias: a) por meio dos discursos públicos nos grupos que são bases para a formação do conhecimento que as pessoas têm sobre o seu redor; e, simultaneamente, b) esse conhecimento é arquitetado pelo próprio grupo. Portanto, “no sistema de representação, os membros de um grupo criam o objeto representado, dão-lhe significado e realidade” (WAGNER, 2000, p. 11).

Como expõe Jodelet (1989), as representações são responsáveis por nortear as práticas sociais. Portanto, elas são construídas a fim de balizar as ações e as relações entre os grupos. Isto é, um aspecto fundamental das representações sociais é a sua faculdade de fomentar a produção de sentidos, permitem que os sujeitos criem perspectivas sobre a realidade a partir do que se está representando. Nas palavras de Abric (2000, p. 28), “a representação funciona como um sistema de interpretação da realidade”. Além disso, nota-se que elas são tanto um processo quanto um produto, sendo efetivadas pela comunicação e constituídas em um

ambiente permeado por variáveis como a cognição individual, aspectos culturais, sociais e ideológicos.

A relação entre o homem, produtor, e o mundo social, produto dele, é uma relação dialética, isto é, o homem (evidentemente não o homem isolado mas em coletividade) e seu mundo social atuam reciprocamente um sobre o outro. O produtor reage sobre o produto. Em resumo, a sociedade é um produto humano. A sociedade é uma realidade objetiva. O homem é um produto social. (BERGER, LUCKMANN 1995 *apud* PEREIRA JUNIOR, 2006, p.32)

Diante das interferências que as representações exercem sobre as práticas e relações sociais, Abric (2000, p. 29-30) sintetizou suas funções essenciais em quatro categorias: 1) Função de saber: elas são códigos a partir dos quais os atores sociais podem compreender a realidade, tendo sua atividade cognitiva e seus valores como pontos de mediação. Assim, as representações auxiliam na formação da comunicação social, pois fornecem uma base de referência comum que possibilita as transmissões e intercâmbios de saberes. 2) Função identitária: as representações permitem que grupos e indivíduos situem-se na sociedade e que as identidades sejam preservadas. 3) Função de orientação: elas norteiam os comportamentos e as práticas, na medida em que determinam as relações sociais; criam um “sistema de antecipações e expectativas, sendo, então, uma ação sobre a realidade: seleção e filtragem das informações, interpretações visando adequar esta realidade à representação”; e prescrevem “comportamento e práticas obrigatórias”, pois reflete “a natureza das regras e dos elos sociais”. 4) Função justificadora: as representações podem explicar e justificar as formas como se dão as condutas em diálogos, por exemplo, intergrupais. Nesse sentido, elas podem “estereotipar as relações entre os grupos, contribuir para a discriminação ou para a manutenção da distância social entre eles”. Em relação a esta última função, o estereótipo diz respeito às representações que se caracterizam por sua repetição e, conseqüentemente, tornam-se naturalizadas. Assim, elas acabam por ganhar um status de real, quando, na verdade, são reducionistas porque não levam em conta a complexidade dos contextos (FERRÉS, 1998).

A dimensão “social” da representação está conectada ao seu processo de produção, o qual é edificado a partir dos sujeitos e das instituições sociais. Além disso, essa classificação está baseada nas interações proporcionadas pelo caráter móvel das representações, ou seja, elas estão em circulação na sociedade, por exemplo, por meio de discursos e imagens transmitidas pela mídia. Nesse contexto, os estudos de representação no campo da Comunicação possibilitam traçar inferências a respeito das percepções culturais expressadas

pelos veículos midiáticos. Ao tratar especificamente sobre o jornalismo, Pereira Junior (2006, p. 10) observa que esse campo constrói “representações de uma sociedade – hábitos, costumes e comportamento -, da cultura e da política”. Assim, segundo o autor, o estudo das representações no jornalismo permite compreender como as notícias contribuem “diariamente para a construção do real”. Em outras palavras, os bens simbólicos dos meios de comunicação carregam representações que se desencadeiam em sentidos ao serem consumidos pelos públicos. Dessa maneira, pode-se afirmar que as representações embutidas nos conteúdos midiáticos são responsáveis por afetar a perspectiva dos indivíduos sobre a realidade. Portanto, em uma relação dialética, ao mesmo tempo que os bens transmitidos pelos veículos comunicacionais expressam uma leitura da realidade, eles também interferem nas relações e práticas sociais.

3.2 Construção simbólica da identidade e cultura nacional

A origem do termo cultura se remete às práticas agrícolas. A trajetória do conceito é extensa, percorrendo diversos momentos históricos e sendo discutido por diferentes campos do conhecimento e, ainda hoje, seu sentido é objeto de profundos debates. Não cabe a esta pesquisa descrever o desenvolvimento da concepção de cultura, mas identificar uma noção dentro das Ciências Sociais que seja coerente com o plano das representações e da Comunicação. Dessa maneira, adota-se aqui o termo cultura na chave proposta por Geertz (1989). De acordo com o autor, a cultura é equivalente a uma rede criada pelos seres humanos na qual eles próprios estão inseridos, ou seja, o homem é capaz de criar e atribuir significado a tudo que faz parte do seu entorno. Nesse sentido, a cultura não se caracteriza como um fenômeno inato ou natural, mas sim como um contexto produzido pela sociedade responsável por balizar comportamentos, identidades e perspectivas. Portanto, a cultura carrega uma dimensão dinâmica e maleável, a qual é nutrida por representações ao mesmo tempo que as representações são oriundas dela.

Ao disseminarem aspectos da cultura de seus países mundo afora, as emissoras de radiodifusão internacional colaboram com um processo de produção de sentidos sobre a realidade de seus territórios e população. Desse modo, caracterizam os habitantes fornecendo diretrizes sobre o que significa ser britânico, alemão, português, estadunidense ou brasileiro, ou seja, fornecem indicativos que povoam percepções sobre uma determinada identidade nacional.

Identidade diz respeito ao modo como os sujeitos se reconhecem a partir de relações psicológicas e sociais. Trata-se de um instrumento de vinculação que “permite que o indivíduo se localize em um sistema social e seja localizado socialmente” (CUCHE, 2002, p. 117). Não se trata de algo inato, mas sim de uma construção alicerçada sobre um sistema de representação. Nesse sentido, coletivos identificam aspectos que compõem sua identidade ao se depararem com grupos que carregam marcas distintas. Em outras palavras, “a identidade cultural aparece como uma modalidade de categorização da distinção nós/eles, baseada na diferença cultural” (CUCHE, 2002, p. 177). Ademais,

[...] para Barth, os membros de um grupo não são vistos como definitivamente determinados por sua vinculação etno-cultural, pois eles são os próprios atores que atribuem uma significação a esta vinculação, em função da situação relacional em que eles se encontram. Deve-se considerar que a identidade se constrói e se reconstrói constantemente no interior das trocas sociais. (CUCHE, 2002, p.183)

A identidade não é construída unicamente a partir da postura dos grupos ou indivíduos. Sua produção se dá dentro de uma esfera marcada por relações de poder, havendo, portanto, imposições que a delinea. De acordo com Hall (2015, p. 12), a identidade é “formada e transformada continuamente em relação às formas pelas quais somos representados ou interpelados nos sistemas culturais que nos rodeiam”. Com base nessa perspectiva, o autor a classifica como uma “celebração móvel”, pois o sistema de significação e representações, dentro do qual as identidades são alicerçadas, carregam um caráter múltiplo e flutuante. Isso implica assumir que a existência de uma identidade única e completa seja algo inexistente e que os sujeitos podem incorporar diferentes combinações identitárias.

No que concerne às identidades nacionais, elas também “são formadas e transformadas no interior da representação” (HALL, 2015, p. 30). Por exemplo, temos noções específicas que caracterizam o ser “alemão” devido às maneiras que eles nos são representados. A identidade sob o referencial da nação se remete a uma construção fundamentada “na existência de um ideal comum partilhado por todos” (ORTIZ, 2000, p. 43). Nesse sentido, o estabelecimento de uma cultura nacional compreende a padronização e a generalização de instâncias educacionais, bem como a fixação de um idioma e de uma cultura comum a todos. Trata-se de uma “identificação”, ou seja, elementos unificadores, como símbolos nacionais e um (ou mais) idioma oficial, são impostos a fim de que os povos sejam ideologicamente integrados (ORTIZ, 2000). Portanto, a nação constitui um discurso e designa uma comunidade simbólica na qual seus cidadãos se sintam parte dela não só devido às questões

legais e fronteiriças, mas também ao caráter aglutinador disseminado por uma cadeia de representação da cultura nacional (HALL, 2015).

A identidade é uma questão de poder e, por isso, segundo Cuche (2002, p. 188), ela também é um assunto de Estado. O autor afirma que o Estado moderno atua como gerente da identidade e tende a delinear-la com base em um caráter unificador e singular. Assim, um Estado-Nação pode tanto “reconhecer apenas uma identidade cultural para definir a identidade nacional (é o caso da França)” quanto “definir uma identidade de referência, a única verdadeiramente legítima (como no caso dos Estados Unidos), apesar de admitir um certo pluralismo cultural no interior de sua nação”. Portanto, na perspectiva nacional, fala-se em identidade ao invés de identidades. Toda a diversidade de classe, raças ou gêneros são reduzidas a uma única identidade cultural (HALL, 2015). Em outras palavras, todo um conjunto coletivo é reduzido “a uma personalidade cultural única, apresentada geralmente de forma depreciativa: ‘O Árabe é assim...’ ‘Os Africanos são assim’....” (CUCHE, 2002, p. 189).

De acordo com Ortiz (2000), o processo de construção da identidade nacional é ainda articulado por instituições, como a escola, bem como pela imprensa e pelos meios de transporte. Nesse sentido, os sistemas de comunicação e de transporte ampliam a interconexão entre diferentes regiões de um país, aproximando os coletivos sob uma mesma unidade nacional. “Como as antigas estradas de ferro, a materialidade dos meios de comunicação permite interligar as partes desta totalidade em expansão” (ORTIZ, 2000, p. 58). Na sociedade em midiaticização, os veículos de comunicação, bem como produções cinematográficas, fonográficas e publicitárias são alicerces fundamentais nesse processo de construção. Os bens simbólicos e os sentidos em circulação tornam-se referências estruturantes da sociedade moderna. Portanto, como pontua Hall (2015), os meios e produtos midiáticos, bem como a cultura popular, transmitem um conjunto de narrativas sobre história e símbolos que fornecem um ambiente simbólico de pertencimento e de unidade aos cidadãos.

3.3 Apontamentos sobre a noção de identidade e cultura brasileira

Diversos autores se debruçaram sobre o tema da cultura e identidade do Brasil na tentativa de identificar características que pudessem sintetizar o ser brasileiro. Sérgio Buarque de Holanda, Gilberto Freyre, Darcy Ribeiro e Paulo Padro são alguns dos nomes que compõem o quadro de intelectuais responsáveis por fundamentar o debate sobre a existência

de uma cultura e identidade nacional. Embora eles apresentem definições e percepções divergentes, suas obras carregam um aspecto comum: a busca por uma essência única que defina “o” brasileiro (ORTIZ, 2015). Portanto, as características apontadas pelas interpretações desses pensadores são norteadas por traços culturais adotados como máxima para identificar todo o coletivo nacional. Ortiz (1994, p. 138) expõe as particularidades expressas pelos autores dessa tradição da seguinte forma:

[...] Sérgio B. de Holanda buscou as raízes do brasileiro na “cordialidade”, Paulo Prado na “tristeza”, Cassiano Ricardo na “bondade”; outros escritores procuraram encontrar a brasilidade em eventos sociais como o carnaval ou ainda na índole malandra do ser nacional. A crítica de Corbisier visa esses autores quando eles tentam descobrir os traços definitivos do caráter brasileiro. Considerar o homem nacional através de elementos como “cordialidade”, “bondade”, “tristeza”, corresponderia a atribuir-lhe um caráter imutável, à maneira de uma substância filosófica. Para Corbisier, a procura de uma estrutura ontológica do homem brasileiro seria na verdade a busca de uma “estrutura fásica” que rearranjaria e se modificaria no decorrer das diferentes “fases” da história brasileira. Apesar da justeza da crítica, Corbisier permanece no mesmo quadro teórico dos autores a que se refere, e não percebe que a identidade nacional é uma entidade abstrata e como tal não pode ser apreendida em sua essência. Ela não se situa junto à concretude do presente, mas se desvenda enquanto virtualidade, isto é, como projeto que se vincula às formas sociais que a sustentam.

O problema dessas definições reside no fato de que elas não compreendem a cultura e a identidade nacional como construções simbólicas. Ao mesmo tempo, não se trata de negar a existência das essências indicadas por esses intelectuais, mas de questionar sobre as formas que as noções de brasilidade têm sido socialmente arquitetadas. Ao escrever “Cultura Brasileira e Identidade Nacional”, Renato Ortiz rompe justamente com esse pensamento ligado à defesa de uma característica central do brasileiro e fundamenta-se na premissa de que toda cultura é uma representação construída com base em diferentes referentes. Nesse sentido, o autor afirma que não existe o brasileiro (ou qualquer outra nacionalidade) no singular. O importante é “entender como as representações simbólicas dessas nacionalidades são construídas ao longo da história, qual o papel que desempenham nas disputas políticas ou nas formas de se distinguir do que seria o Outro” (ORTIZ, 2015, p. 152). Logo, a essência da brasilidade está fundamentada em uma construção simbólica de segunda ordem, aspecto não observado pelos autores.

A constituição da cultura e identidade nacional com base em representações requer o reconhecimento do papel das relações de poder. Essa característica nos leva a retomar o pensamento de Cuche (2002), o qual afirma que cultura e identidade são assuntos de Estado.

No cenário brasileiro, a articulação estratégica entre Estado e mídia com o intuito de delinear uma cultura nacional indica um consenso sobre a relevância dos “meios de comunicação de massa, sua capacidade de difundir ideias, de se comunicar diretamente com as massas, e, sobretudo, a possibilidade que têm em criar estados emocionais coletivos” (ORTIZ, 2001, p.116). Durante o Estado Novo, os veículos de imprensa, juntamente com a educação, foram utilizados com fins propagandistas e com o intuito de construir uma nacionalidade para o país. Nesse contexto, o Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), criado em 1939 por Getúlio Vargas, operou como órgão promotor e centralizador da propaganda nacional e de censura, buscando disseminar narrativas de caráter pedagógico. Portanto, atribuía-se aos veículos de comunicação e ao cinema a função de educar e orientar a população.

O DIP foi extinto com o fim do Estado Novo, mas os meios de comunicação continuaram a ser utilizados como instrumentos para a construção de uma identidade nacional. Durante o regime militar, a lógica em operação fundamentava-se nas noções de sincretismo e mestiçagem em direção ao desenvolvimento de “uma imagem convincente de um Brasil autóctone, sem influências estrangeiras (o comunismo), harmônico e cordial” (ORTIZ, 2015, p. 150). Nesse contexto, os militares buscavam a “unificação nacional” por meio de políticas culturais, incluindo o desenvolvimento do setor das comunicações. O sistema de televisão, que até então era limitado e precário, foi expandido e modernizado com o amparo da EMBRATEL, criada em 1965. Embora o Estado tenha investido na infraestrutura do setor, o direito de explorar a radiodifusão foi e ainda é concedida à iniciativa privada, como regulamentado pelo Código Brasileiro de Telecomunicações e previsto pela Constituição de 1988. Outras políticas culturais nacionais implementadas pelos militares incluem a criação do Conselho Federal de Cultura, da Fundação Nacional de Artes (FUNARTE), da extinta EMBRAFILME e do Plano Nacional de Cultura.

A integração nacional pretendida pelos militares também era de interesse dos empresários. Ao mesmo tempo que a unificação a fim de criar uma identidade nacional era conveniente aos propósitos do regime, essa integração representava a criação de um mercado consumidor singularizado. Nesse sentido, acompanhou-se a partir de então a ampliação progressiva de um mercado brasileiro de bens simbólicos interligado à construção de uma cultura nacional (ORTIZ, 2001). Assim, as indústrias cinematográficas, fonográficas, radiofônicas e televisivas desenvolveram-se e contribuíram para a tentativa de condensação da diversidade regional e cultural em direção à formação de uma cultura nacional com a qual todos os brasileiros pudessem se identificar. Como será abordado no próximo capítulo, a

Constituição de 1988 trouxe uma outra lógica para esse contexto por meio de normas (artigo 221) que visam garantir que a comunicação social represente a diversidade do país, promovendo a cultura regional e estimulando a produção independente que objetive a sua divulgação.

Outro aspecto pertinente aos esforços voltados à construção de uma cultura brasileira diz respeito à atuação dos intelectuais como mediadores simbólicos. Por meio deles e de suas obras, o Estado encontra parâmetros para estabelecer determinadas manifestações e expressões culturais como parte da identidade nacional. Incluem-se nesse contexto os autores dedicados a identificar a essência da brasilidade, atores e cantores. Contudo, no período do regime militar, representações opositoras coexistiam sob a lógica de uma brasilidade revolucionária, como definido por Ridenti (2000). Desse modo, o ideal dos militares de constituir uma nação mestiça e cordial deparava-se com manifestações conflitantes oriundas, por exemplo, do cinema novo, dos festivais de MPB, do movimento tropicalista e das ideias antropofágicas interpretadas pelo Teatro Oficina. Ridenti (2000, p. 275) caracteriza esse período como a “utopia da ligação entre os intelectuais e o povo brasileiro, empenhados na constituição de uma identidade nacional”. Cabe observar que determinados artistas - como Chico Buarque, Gilberto Gil e Caetano Veloso - emergiram desse cenário como formadores de opinião política. De acordo com Ridenti (2000, p. 52), a ressonância política desses artistas foi catalisada pela mídia, pela indústria cultural, bem como “pelas dificuldades de identidade e de representação de classe”, as quais “não desapareceram com a redemocratização brasileira, garantindo a permanência da importância política deslocada e desproporcional das classes médias e de seu “núcleo duro”, a *intelligentsia*”.

Os campos da cultura e da identidade com base no referencial da nação são, portanto, marcados por conflitos entre as representações do nacional e identidades particulares, como aponta Ortiz (2015). O autor afirma que no mundo contemporâneo a diversidade desponta como elemento responsável por balizar as reflexões sobre cultura. Para ele, trata-se da sustentação da “diversidade como valor universal”, ideia esta que passou a fundamentar a atuação de muitos movimentos e grupos políticos e sociais. Nesse cenário, as noções de Brasil que povoam imaginários são produzidas a partir de representações de um “‘país de inclusão’, ‘sem pobreza’, no qual o social, o cultural e o político se confundem”. Essas “imagens evidentemente são disputadas na arena política e nos enfrentamentos ideológicos (por exemplo, o embate entre o Partido dos Trabalhadores e seus opositores)” (ORTIZ, p.159, 2015).

A questão da cultura brasileira na atualidade também ultrapassa fronteiras e é delineada na esfera internacional. O fluxo global de bens simbólicos - o qual é marcado pela comercialização e distribuição transnacional de formatos televisivos, conteúdos informativos e de entretenimento e demais artefatos – interfere na construção das noções sobre o nacional por meio das representações que flutuam sobre as fronteiras por meio das mais recentes tecnologias de comunicação. Diante desse cenário, “é preciso inserir o Brasil no interior de um mercado de trocas que se fazem num âmbito cada vez mais amplo, as construções simbólicas do nacional transbordam os limites do lugar, movimentam-se em escala global” (ORTIZ, p. 160, 2015).

A atuação do país no fluxo transnacional de bens simbólicos é marcada, principalmente, pela exportação de telenovelas. No contexto de construção de uma identidade e cultura nacional, as telenovelas, enquanto produtos de expressão local, tornaram-se “símbolos nacionais, levando ao público uma autoimagem moldada pelas grandes redes televisivas” (ORTIZ, 2000, p. 59). No momento em que esses produtos se desterritorializaram, eles fixaram-se no exterior como fontes de representação sobre o que é o Brasil e sobre quem é o brasileiro. Outro fator que se insere na discussão envolvendo construções simbólicas e a esfera internacional diz respeito, como já pontuado no capítulo anterior, aos megaeventos que o Brasil sediou. O sociólogo Michel Nicolau Netto (2016) tem se dedicado a essa temática sob a perspectiva do *marketing* de lugar (*place branding*) e sustentado, por exemplo, que a globalização dos grandes eventos – como a Copa do Mundo e as Olimpíadas - se desdobram em representações sobre os locais sede, promovendo-os mundialmente.

Aqui cabe destacar que a criação da TV Brasil Internacional por meio da Empresa Brasil de Comunicação pode ser compreendida como um esforço do Estado brasileiro para estabelecer um instrumento na arena global com o propósito de disseminar representações sobre os elementos que compõem o cenário cultural, e também político e econômico, do país. Com base no que tem sido escrito sobre radiodifusão internacional e nas experiências das emissoras apresentadas no capítulo anterior, verifica-se que os temas cultura e identidade nacional pairam sobre as atividades desempenhadas por tais veículos internacionais. No caso brasileiro, o fato de esse projeto ter nascido de uma articulação do governo - o que inclui a fundação do Canal *Integración*, como será abordado no próximo capítulo -, não só reforça a ideia do Estado-nação como agente estruturante da cultura nacional, como também o coloca no papel de promotor dessa cultura, mesmo que indiretamente, para além das fronteiras.

Nesse sentido, a radiodifusão internacional tanto pode ser considerada uma ferramenta de diplomacia pública, como já exposto, quanto um dispositivo de *nation branding*, conceito relacionado ao *marketing* de lugar explorado por Nicolau Netto (2016). Embora exista uma ampla discussão sobre as relações entre diplomacia pública e *nation branding*, não cabe a esta investigação se aprofundar nesse debate. Na verdade, a intenção aqui é apenas apontar os elementos relacionados à construção transnacional da cultura e identidade nacional. A complexidade desse contexto está alicerçada sobre o fenômeno da globalização e da mundialização.

3.4 Mundialização da cultura

A internacionalização da comunicação midiática condiz com o fluxo transnacional de bens simbólicos possibilitado pelos avanços tecnológicos. Thompson (2008) se refere à globalização como um ambiente no qual atividades deixam de ser exclusivamente regionais e passam a compor a esfera mundial. Contudo, não só o global move-se em direção ao local, mas também o local pode se deslocar à arena global.

Ao discutir-se a dimensão internacional da comunicação, é preciso estar ciente sobre os principais aspectos que a impulsionou, bem como suas características principais. Nesse panorama, motivações econômicas, militares e política foram responsáveis pelo aprimoramento das tecnologias de informação e comunicação. A expansão global desse setor foi delineada com base em três etapas: a) a criação do telégrafo; b) a ascensão de três agências internacionais de notícias (Havas, Wolf e Reuters) no século XIX, as quais tinham o monopólio da informação e dividiam o mundo em função de suas operações; e c) a exploração do espaço eletromagnético por organizações internacionais (THOMPSON, 2008). Atualmente, a dinâmica transnacional da mídia é marcada, por exemplo, pela comercialização *cross-border* de bens simbólicos, pela existência de emissoras de âmbito internacional tanto comerciais quanto de ordem pública e pelos serviços oferecidos e compartilhados mundialmente por meio da internet. No entanto, como tem sido escrito por diversos autores (CASTELLS, 2009; DANTAS 2013), a dimensão global da comunicação é um ambiente assimétrico protagonizado pelos gigantescos conglomerados midiáticos provenientes, principalmente, dos Estados Unidos.

O fato de meios de comunicação e conteúdos transcenderem fronteiras é resultado do contexto da globalização. Ao mesmo tempo, esse processo também atua como agente intensificador das relações globais. O termo globalização não é utilizado aqui sob a

perspectiva de que exista uma “aldeia global” ou de que ele represente uma força homogeneizadora da sociedade. Esse posicionamento permite alegar que particularidades regionais e nacionais não são extintas. Como sustentado por Ianni (2007), a pluralidade de religiões, línguas, perspectivas e tradições culturais, de um modo geral, permanecem existindo ao mesmo tempo que determinados aspectos podem se modificar, recriar, anular ou transfigurar. Em outras palavras, apesar de o mundo ser economicamente integrado e conectado por meio das tecnologias de informação e comunicação, ele não é homogêneo. Segundo Ortiz (2015, p. 79), a “Terra é um todo unificado apenas do ponto de vista ecológico, em hipótese alguma ela constitui uma sociedade global. Essa é apenas uma forma cômoda de nos referirmos à nossa condição de mundialidade”.

Não existe, portanto, uma cultura comum a todo o mundo. Por essa razão, ao se referir ao espectro da cultura no contexto da globalização, Ortiz (2000, p. 29) cunhou o termo mundialização.

[...] creio ser interessante neste ponto distinguir entre os termos “global” e “mundial”. Empregarei o primeiro quando me referir a processos econômicos e tecnológicos, mas reservarei a ideia de mundialização ao domínio específico da cultura. A categoria “mundo” encontra-se assim articulada a duas dimensões. Ela vincula-se primeiro ao movimento da globalização das sociedades, mas significa também uma “visão de mundo”, um universo simbólico específico à civilização atual. Nesse sentido ele convive com outras visões de mundo, estabelecendo entre elas hierarquias, conflitos e acomodações (ORTIZ, 2000, p.29).

A mundialização não exclui o que se entende por globalização. Na verdade, trata-se do estabelecimento de uma separação entre a sociedade globalizada, a qual é constituída por um mercado e técnicas globais, e o campo da cultura. Nesse contexto, o conjunto de corporações, marcas e produtos compartilhados mundialmente são responsáveis por fazer o transporte de signos por entre as fronteiras. A dinâmica transacional da mídia atua nesse cenário produzindo e distribuindo filmes, séries, músicas e notícias que balizam a esfera global. Isso significa que é possível identificarmos em outras partes do mundo bens materiais e simbólicos que estão presentes no nosso repertório, possibilidade esta que faz com que nos sintamos “em casa” (CANCLINI, 2008). Em outras palavras, trata-se do firmamento de uma “cultura internacional-popular”, ou seja, personagens, imagens, histórias e outros dispositivos culturais transcendem os espaços geográficos e passam a compor uma memória internacional-popular. Assim, a partir dessas referências culturais em comum, as pessoas podem se identificar e reconhecer na situação da globalização (ORTIZ, 2001).

A mundialização é fomentada, portanto, pelo processo de desterritorialização de signos. Nesse sentido, a cultura e o território deixam de ter uma relação estrita e, concomitantemente, novas produções de sentidos e realocações culturais se sucedem (CANCLINI, 2008). No entanto, desterritorialização pode abranger, além da esfera cultural, a área política e econômica. Nesse sentido, “todos os níveis da vida social, em alguma medida, são alcançados pelo deslocamento ou dissolução de fronteiras, raízes, centros decisórios, pontos de referência” (IANNI, 2008, p.95). Em consonância, Canclini (2008) salienta que esse fenômeno não se limita ao campo das subjetividades, como os códigos culturais, mas que se desdobra sobre as práticas socioeconômicas e com potencial para desencadear conflitos, preconceitos e disputas de poder.

Ao desterritorializar bens simbólicos, os meios de comunicação potencializam a mundialização, estabelecendo conexões entre o local e o global. Assim, os fluxos provenientes de diferentes territórios se entrecruzam e nutrem um espaço marcado pela heterogeneidade. Contudo, deve-se observar que, na relação entre o nacional e o estrangeiro, os meios de comunicação atuam reforçando a posição de países hegemônicos, evidenciando a soberania e a magnitude dos conglomerados e oligopólios transnacionais da indústria midiática (ORTIZ, 2000).

Pensar a questão da identidade e cultura nacional no contexto da mundialização requer análises que levem em conta as hibridações culturais, ou seja, deve-se considerar a interferência dos fluxos transnacionais de bens simbólicos e materiais sobre as reestruturações identitárias. Isso implica afirmar que os intercâmbios que se moldam nesse ambiente não anulam a pertinência das reflexões sobre o nacional e a soberania dos Estados (CANCLINI, 2008). No contexto da globalização e da mundialização da cultura, o papel do Estado como figura soberana é fragilizado diante da operação de organizações, corporações e mecanismos globais. Entretanto, como aponta Ortiz (2015, p. 156), mesmo que o Estado-nação perca o “monopólio da definição da identidade, isso não significa que seu papel deixe de ser relevante”. De acordo com o autor, a sua atuação permanece fundamental quando se trata de políticas culturais e da valorização do nacional.

[...] As políticas culturais tendem a enfrentar questões como a elaboração de regras para a circulação dos bens culturais, o incentivo à produção das artes, cinema, teatro, a preservação do patrimônio histórico, a criação de condições favoráveis para manifestações diversas da música popular aos eventos folclóricos. Seria ilusório imaginar que essa função desapareça; o Estado vê-se na posição de assegurar os direitos, formalizar determinadas linhas de ação e, muitas vezes, estabelecer uma ponte entre setores estanques, como cultura e economia. O tema do nacional é decisivo fundamenta a ação e

manifesta-se em orientações concretas, desde a promulgação de leis que ampliam a existência dos produtos audiovisuais no cinema e na televisão até o incentivo ao turismo na promoção de eventos de caráter internacional (Copa do Mundo, Olimpíadas). (ORTIZ, 2015, p. 157)

Napolitano e Santos (2016) realizaram um levantamento e verificaram a existência de um conjunto de leis no Brasil, tanto na dimensão do conteúdo quanto na das organizações, que visam assegurar o protagonismo nacional diante da dinâmica transnacional da mídia. Alguns exemplos são: a “Cota de Tela”, a qual estabelece que os cinemas do país devem exibir uma quantidade mínima de longas-metragens nacionais (Medida Provisória 2.228-1/01); a “Lei de Acesso Condicionado”, a qual fixa que as prestadoras de serviços de comunicação audiovisual pagos devem reservar espaços para conteúdos nacionais (Lei 12.485/11); e a própria Constituição de 1988 que traz normas que limitam o investimento estrangeiro em empresas brasileiras de comunicação, bem como fornece dispositivos gerais a fim de garantir que emissoras de radiodifusão promovam a cultura nacional e regional. Logo, em consonância com o pensamento de Ortiz (2015), pode-se afirmar que o Estado brasileiro atua no aspecto formal da lei no sentido de constituir e preservar uma identidade nacional diante do contexto da globalização. O cenário regulatório da comunicação no Brasil será aprofundado no capítulo seguinte.

No processo da mundialização, como sustentado por Ortiz (2015, p. 153), as identidades são constituídas tanto dentro do Estado-nação quanto fora dele. Não se trata da emergência de uma identidade comum a todo o mundo, mas sim do surgimento de “novos referentes de natureza mundial que podem ser utilizados no contexto nacional, regional e local”. Nesse sentido, as noções pertinentes ao nacional são construídas com base nos “olhares cruzados no interior da modernidade-mundo”. A partir disso, compreende-se que as emissoras de radiodifusão internacional são um dos elementos que fomentam a mundialização da cultura, já que um de seus objetivos pode ser promover os aspectos culturais de seus respectivos países mundo afora.

3.5 Diversidade, pluralidade e relações interculturais

É importante que as representações expressas pelos bens simbólicos em circulação na esfera global, como os disseminados pelos meios de comunicação, sejam analisadas a fim de identificar seu grau de relação com a realidade e com a diversidade cultural. Esta é uma recomendação da UNESCO, a qual expõe em seu relatório “Investir na diversidade cultural e

no diálogo intercultural”, de 2009, que a mídia tem o potencial de promover diálogos interculturais, intercâmbios e de intensificar a diversidade cultural no mundo. No entanto, deve-se lembrar que esse é um ambiente assimétrico: de um lado, nem todos têm acesso igual às múltiplas fontes de comunicação e de informação; do outro, como já apontado, esse cenário é dominado pelos grandes conglomerados transnacionais de mídia provenientes de países hegemônicos.

De acordo com o documento da UNESCO, os conteúdos midiáticos devem cumprir três etapas em direção à promoção da diversidade cultural: 1) os conteúdos inovadores devem ser produzidos de modo com que as indústrias criativas sejam integradas e os conteúdos locais sejam privilegiados; 2) deve-se ampliar o acesso à produção e à distribuição de conteúdo, bem como garantir que pontos de vistas diversos sejam expostos em debates sobre todos os temas; e 3) a representação feita por conteúdos midiáticos deve ser equilibrada, levando em consideração a pluralidade cultural de um determinado país.

Assegurar que o contexto da comunicação social seja composto por representações que privilegiem a diversidade cultural requer, portanto, a edificação de um processo comunicacional plural. Nessa perspectiva, os veículos midiáticos poderiam impulsionar a construção de sentidos mais amplos e diversificados sobre o real. Mendel (2011, p. 12), ao ressaltar que “o pluralismo e a diversidade nos meios de comunicação são princípios fundamentais do direito internacional”, expõe que:

A necessidade de pluralidade flui do direito de buscar e receber informações e ideias. Um elemento central nesse aspecto do direito à liberdade de expressão é a ideia de que os cidadãos devem ter acesso a um amplo espectro de diferentes perspectivas e análises pelos meios de comunicação; em outras palavras, devem ter acesso a uma mídia diversificada. É por terem disponível um leque de pontos de vista que os indivíduos podem exercer a plena cidadania, escolhendo entre perspectivas concorrentes, à medida que se engajam no processo de tomada de decisões públicas. Em relação à radiodifusão, as ondas de rádio são um recurso público e devem ser usadas em benefício do público como um todo, incluindo as visões ou os interesses das minorias.

A natureza e as produções dos meios de comunicação social têm, desse modo, efeitos sobre a formação de cidadanias. Por essa razão, a qualidade da informação veiculada deve ser assegurada e o direito do público de ser informado cumprido. Nesse sentido, a pluralidade se configura como uma obrigação social, uma vez que conteúdos de ordem plural fortalecem a confiança e a credibilidade da mídia perante os cidadãos (REY, 2002). A pluralidade pode ser alcançado dentro de diferentes instâncias, como a) a existência de várias empresas

independentes uma das outras; b) a diversidade de publicações com diferentes segmentos editoriais; e c) a admissão de múltiplas expressões e perspectivas no ambiente interno de uma empresa midiática (CORREIA, 2005). Tais mecanismos colaborariam, portanto, com o compromisso de promoção da diversidade cultural.

A busca pela pluralidade no cenário da comunicação reflete a tendência do mundo atual em evidenciar e defender a diversidade. No contexto da globalização, a diversidade não surge como uma ameaça ao status global do mundo, mas, como aponta Ortiz (2015, p. 119), indica que “as diferenças já não mais serão percebidas como seu contraponto; pelo contrário, elas afirmam-se em seu interior”. Em outras palavras, pode-se afirmar que as diferenças também se globalizaram. No entanto, deve-se observar que as formas como as diferenças são hierarquizadas se dão em decorrência de relações de poder, ou seja, as interações entre a diversidade não estão isentas de conflitos.

A tarefa de garantir um teor plural no cenário da comunicação midiática requer a atuação de organizações internacionais e dos Estados-nacionais, como já apontado. O artigo 2º do Pacto Internacional sobre os Direitos Civis e Políticos (PIDCP), por exemplo, estabelece que os Estados devem atuar para garantir que direitos como a liberdade de expressão sejam respeitados (MENDEL, 2011). Nesse sentido, os governos devem privilegiar o direito do público a se informar, se esforçando para permitir o desenvolvimento de meios de comunicação independentes e pautados pela diversidade. A intervenção do Estado seria necessária uma vez que a desregulação do mercado não possibilita, necessariamente, que o pluralismo e a diversidade floresçam no campo da comunicação. Dessa maneira, uma das possibilidades seria a implementação do “pluralismo regulado”, ou seja, fixar leis para que nem a iniciativa privada autônoma e nem o Estado, num possível ato autoritário, dominem a mídia e se sobreponham aos interesses coletivos (THOMPSON, 2008). A partir dessa iniciativa, seria possível limitar a formação de oligopólios midiáticos e, ao mesmo tempo, fomentar o desenvolvimento de novas produtoras, as quais equilibrariam a oferta e o tipo de conteúdo em circulação. No contexto brasileiro, por exemplo, a Lei de Comunicação Audiovisual de Acesso Condicionado contempla essa ideia, pois visa ampliar o fluxo comercial do setor audiovisual e assegurar espaço ao mercado nacional.

A partir dessa arena permeada por diferentes forças a fim de garantir determinada diversidade, novas concepções sobre o Outro são desenhadas. Nesse contexto, é com base nas representações que são estabelecidas interações com o distante e, assim, sentidos sobre aquele/aquilo que se não conhece são produzidos. Essa relação entre diferentes se dá dentro

de um processo de comunicação intercultural. Wainberg (2005, p.283) define que a comunicação intercultural acontece sempre “que o produtor de uma mensagem for membro de uma cultura e o receptor for participante de outra”. Não se trata apenas de um contato pautado por contradições culturais, mas também de uma interação capaz de evidenciar aspectos e ideais que carregam em comum. Segundo Elhajji (2005, p. 53),

A comunicação intercultural (CIC) é um reflexo repleto de significados das mudanças estruturais e organizacionais que afetaram o nosso mundo contemporâneo, em decorrência do processo de globalização e, antes deste, em consequência da firmação das bases da sociedade moderna industrial e da extensão do sistema capitalista à maior parte do planeta; inclusive através das colonizações europeias e seus conhecidos efeitos sobre a geografia humana, social, política e cultural do planeta.

A dimensão da comunicação intercultural abrange não só relações estabelecidas entre diferentes países. Desse modo, ela não designa apenas as conexões que ultrapassam fronteiras, mas também aquelas que ocorrem no interior dos Estados. Nesse espectro, ela engloba interações “entre os integrantes dos grupos portadores dos elementos simbólicos da matriz cultural majoritária e suas minorias e subculturas” (WAINBERG, 2005, p. 283). Outra característica é que as práticas e as pesquisas em comunicação intercultural seguem duas tendências. A primeira diz respeito às comunicações interpessoais, ou seja, o contato direto entre indivíduos de diferentes contextos culturais. Já a segunda está relacionada às comunicações mediadas, o que compreende a atuação dos meios de comunicação como pontes que conectam diferentes grupos culturais, promovendo contatos de ordem simbólica e novas percepções sobre o Outro e sobre o mundo (MATO, 2012).

Ao ultrapassarem as fronteiras, as representações carregadas pelos artefatos simbólicos devem englobar a diversidade a fim de possibilitar que os sentidos produzidos por aqueles que os consomem sejam fundamentados em perspectivas múltiplas. Em outras palavras, dentro de um processo de comunicação intercultural o ideal seria que os sujeitos pudessem criar noções sobre “os Outros”, no plural, distanciando-se, assim, das ideais simplistas de identidades culturais homogêneas. Nesse sentido, segundo Wainberg (2005), a comunicação intercultural é um contexto a partir do qual pode-se ter a chance de estabelecer a compreensão mútua entre diferentes grupos e, em um estágio avançando, aumentar graus de tolerância.

Esse contexto dialoga com os propósitos de determinadas experiências em radiodifusão internacional e da própria diplomacia pública. Como apresentado no primeiro capítulo deste estudo, emissoras como a RTPi, a *BBC World Service*, a *Deutsche Welle* e a *Voice of America* afirmam buscar, em alguma medida, fomentar a compreensão mútua entre

as nações por meio de seus conteúdos. No entanto, como já indicado, para que esse objetivo seja alcançado, seria necessária uma comunicação bilateral entre país emissor e país receptor e esse é um ponto que precisaria de análises específicas a fim de verificar o grau de dialogismo existente nesses processos. O que pode-se afirmar é que tanto as intenções da diplomacia pública quanto de tais emissoras contribuem para o deslocamento geográfico, ou mesmo divulgação, dos aspectos culturais dos países que representam. Nesse sentido, flertam com o processo da mundialização da cultura, o qual desencadeia um cenário marcado por trocas e interações simbólicas que podem ter a comunicação midiática como mediadora. Assim, o fluxo internacional da mídia deveria ser fundamentado pelo pluralismo para que as culturas pudessem ser representadas em sua diversidade. Como indicado, as normas jurídicas ascendem nesse contexto de relações de poder como dispositivos que buscam assegurar a pluralidade no ambiente da comunicação social e garantir que os veículos contemplem diferentes realidades e perspectivas. O capítulo seguinte demonstra a existência de uma regulação constitucional no Brasil nesse sentido, bem como caracteriza a TV Brasil Internacional.

CAPÍTULO IV – A EXPERIÊNCIA BRASILEIRA EM RADIODIFUSÃO INTERNACIONAL

O panorama apresentado no capítulo II evidenciou que uma das funções da radiodifusão internacional é a promoção da imagem de seu país patrocinador e o capítulo III forneceu apontamentos sobre a dinâmica da representação cultural na era da mundialização. A partir desse direcionamento, este capítulo busca, em um primeiro momento, descrever o ambiente regulatório da radiodifusão no Brasil a fim de identificar as normas que norteiam a organização dos veículos de comunicação e a produção de conteúdo. São destacados o artigo constitucional 221, o qual dispõe de diretrizes sobre a programação das estações de rádio e TV do país, e o artigo 223, dispositivo que trata da complementaridade entre os sistemas de radiodifusão e que fundamentou a criação da Empresa Brasil de Comunicação (EBC). Com base nessa regulamentação, pôde-se constatar o cenário regulatório no qual a TV Brasil Internacional está inserida e quais são as regras que orientam as características presentes em sua programação. Em um segundo momento, este capítulo se debruça sobre a experiência brasileira em radiodifusão internacional.

4.1 Cenário regulatório da radiodifusão no Brasil

Compreender a conjuntura regulatória da radiodifusão no Brasil, na qual a TV Brasil Internacional está inserida, a) permite descobrir a dimensão legal da atuação da mídia, podendo-se identificar os seus limites, ou seja, tornar-se ciente dos direitos e deveres dos veículos de comunicação; e b) possibilita a familiarização com as normas que garantem direitos aos profissionais da comunicação e aos cidadãos perante possíveis abusos da mídia (CORREIA, 2005).

O termo “regulação” é aplicado aqui como um grupo de medidas legislativas e administrativas provenientes do Estado com o objetivo de limitar as atividades “dos agentes econômicos, tendo em vista orientá-los em direções desejáveis e evitar efeitos lesivos aos interesses socialmente legítimos” (CARVALHO, 2002 apud NAPOLITANO, 2012a, p. 206). Essa perspectiva está associada ao enfoque jurídico que considera necessário um controle dos meios de comunicação social baseado em normas específicas. Desse modo, além das regras do próprio mercado, requer-se intervenções do Estado a fim de promover e assegurar o

“respeito pelas liberdades civis, da responsabilidade social e da extensão do acesso às comunicações, particularmente dos setores mais carentes e marginalizados da sociedade” (REY, 2002, p. 98). A contraposição a esse enfoque defende a desregulamentação máxima dos meios. Nesse sentido, o papel do Estado deve se limitar às concessões para operação das emissoras e à “definição consensual de certas políticas, também mínimas essenciais, para o desenvolvimento do setor” (REY, 2002, p. 98). Defende-se que a boa qualidade e equidade dos serviços de comunicação são conquistados por meio da atividade da iniciativa privada e da livre concorrência.

No Brasil, se destacou a perspectiva mais liberal, principalmente, durante os governos de Fernando Henrique Cardoso. Ademais, constata-se, historicamente, na formação do modelo brasileiro de regulação da comunicação a atuação de outras duas concepções:

Uma conservadora, absoluta durante o período do regime militar, garante uma sólida articulação de interesses entre os poderes políticos e econômicos locais e nacionais. As reformas promovidas na área das telecomunicações serviram para fortalecer a ala liberal - segunda concepção - da aliança que sustentava o governo Fernando Henrique Cardoso. Todo projeto de reforma do CBT (incluindo a LGT e a LGCEM) decorre da vontade modernizadora dessa ala, cujas propostas de fortalecimento da concorrência aproximavam-na de alguma forma da terceira perspectiva - progressista -, defensora da diversidade cultural, dos princípios do serviço público e da prioridade das funções culturais e educativas dos meios. A importância desta última tendência na formulação do modelo situa-se na capacidade que teve de introduzir certos princípios e mecanismos no texto legal, os quais, não obstante, encontram-se ainda longe de serem efetivamente aplicados. (BOLAÑO, 2007, p. 91)

Na atual conjuntura brasileira da comunicação social prevalecem as concepções conservadora e liberal (BOLAÑO, 2007). De um lado, a TV paga e as telecomunicações contam com normatizações jurídicas que privilegiam o mercado e são reguladas por órgãos, em tese, autônomos. Por outro lado, a radiodifusão tradicional ainda carece de legislações mais precisas e atualizadas, permanecendo, portanto, a mercê da iniciativa privada, sem que compromissos sociais sejam garantidos.

O principal dispositivo regulatório da radiodifusão (sentido estrito) no Brasil é o Código Brasileiro de Telecomunicações (CBT). Instituído pela Lei nº 4.117/1962, na gestão presidencial de João Goulart, ele é resultado de projetos que tramitavam há cerca de uma década no Congresso Nacional, instância esta responsável por sua construção e aprovação. Dentre suas medidas, ela atribui exclusivamente à União o papel de gerir as comunicações do Brasil, regra que foi absorvida pelas Constituições de 1967 e 1988. Além disso, o CBT institui que a União tem o direito de explorar a radiodifusão tanto de forma direta ou mediante

concessão. Dessa maneira, estruturou-se no país um sistema de rádio e televisão de ordem privada comercial baseado em um modelo de concessões públicas. Estas têm validades, que podem ser renovadas, de 10 anos para o meio radiofônico e de 15 anos para o meio televisivo. Esse modelo adotado no Brasil se equipara ao implementado nos Estados Unidos, onde a gestão dos meios de comunicação social se fundamentou, essencialmente, na oferta de licenças por parte do Poder Público para a iniciativa privada (LIMA, 2011).

O Código foi responsável ainda pela criação do Conselho Nacional de Telecomunicações (CONTEL)²². Além disso, foi instaurado, em 1963, o Departamento Nacional de Telecomunicações (DENTEL), então órgão fiscalizador das telecomunicações. A partir dessas implementações, ficou “estabelecido o arcabouço básico da legislação brasileira em matéria de comunicação, que vigoraria no país até a reforma dos anos 1990” (BOLAÑO, 2007, p.13).

O modelo de regulação arquitetado, contudo, ainda passaria por transformações durante o período do governo militar. Após a adoção de algumas medidas, o modelo nacional se tornou mais centralizador e autoritário. Em 1967, por exemplo, foi impossibilitado que iniciativas estrangeiras possuíssem ou gerissem empresas de comunicação no país. Nesse mesmo ano, conduziu-se

[...] outras importantes modificações na estrutura do setor de comunicações no Brasil, entre as quais é preciso citar a criação do Ministério das Comunicações (MINICOM), que incorpora o CONTEL e o DENTEL, do sistema TELEBRAS, que incorpora, por sua vez, a EMBRATEL, e do sistema de TVs educativas, formando uma rede composta de emissoras ligadas aos governos estaduais (na sua maioria) ou a universidades (em alguns estados de federação). Com isto, completa-se o modelo de regulação das telecomunicações e da radiodifusão no país, que permaneceria em vigor até a segunda metade dos anos 1990. (BOLAÑO, 2007, p.14)

O CBT, além de tratar das comunicações eletrônicas massivas, também estabelecia em seu texto inicial normas pertinentes à comunicação ponto a ponto, como a via telefone. Entretanto, por meio da Lei nº 9472/1997, foi introduzida a Lei Geral de Telecomunicações. Desde então, serviços de telecomunicações, como a telefonia, ganharam um novo dispositivo

²² “O ponto a destacar aqui é o de que o Contel enquadrava-se na categoria de organismo de regulação centralizado no Poder Executivo, de tradição corporativa, diverso, por exemplo, do modelo de organismo de regulação descentralizado entre os poderes Executivo e Legislativo, como era a *Federal Communications Commission* estadunidense, existente desde 1934. E seus poderes incidiam sobre as telecomunicações e a comunicação social eletrônica, ficando de fora o cinema, cuja ambiente regulatório específico tinha historicamente ficado sujeito à alçada do Ministério da Justiça, via Divisão de Censura, inclusive para efeitos alfandegários, bem como à alçada do Ministério da Indústria e Comércio.” (RAMOS, 2006, p. 54)

regulatório, levando o CBT a sua revogação parcial. Como pontuam Mattos e Simões (2005), foi nesse contexto que as noções de telecomunicações e radiodifusão se desassociaram.

Há mais de 50 anos em vigor, o Código, nas palavras de Lima (2011, p.28), está “completamente desatualizado”. O autor ainda destaca que as normas que compõem o CBT nasceram de um posicionamento verticalizado, sem participação popular. Para Bolaño (2007, p.17), “o modelo de regulação do audiovisual, gestado nos anos 1960, é nacionalista e concentracionista”. Nesse sentido, os interesses políticos e econômicos hegemônicos são privilegiados em detrimento da manifestação das expressões locais e a diversificação do audiovisual. Em suma, “o CBT nunca teve a finalidade de ser um marco regulatório entre sociedade, empresa exploradora de serviço público e governo” (MATTOS; SIMÕES, 2005, p.52).

O sistema de radiodifusão no Brasil, portanto, se desenvolveu a partir de diretrizes de ordem liberal e sem o suporte de normas que visassem assegurar o desenvolvimento de um ambiente plural nas comunicações. De acordo com Mattos e Simões (2005), o modelo regulatório concebido a partir do CBT foi construído tendo como única preocupação a manutenção do controle do então governo executivo federal. Entretanto, a partir da constituinte de 1988, esse cenário começou a ser integrado por perspectivas de caráter mais progressista.

O novo texto constitucional trouxe ao campo da radiodifusão diretrizes que, em tese, atualizariam e ampliariam a regulação dos meios de comunicação no país. Já em seu artigo 5º, há normas que asseguram os direitos à liberdade de expressão, de opinião, de informação, ao sigilo da fonte, bem como estabelece a União como única responsável por explorar os serviços de radiodifusão sonora e de sons e imagem. Para além das regras contidas nesse artigo, o Título VIII da Constituição, referente à Ordem Social, dedica o seu capítulo V inteiramente à Comunicação Social.

Composto por quatro artigos (220, 221, 222, 223), o capítulo dispõe, por exemplo, de normas que abrangem os campos das liberdades de expressão e de informação, vedando qualquer censura de ordem política, ideológica ou política. Determina que os meios de comunicação social não devam ser objetos de monopólio ou oligopólio, isenta a necessidade de licença de autoridade para a publicação de veículo impresso de comunicação e estabelece princípios pertinentes à produção e à programação de emissoras de rádio e televisão. São fixadas ainda diretrizes sobre a propriedade de empresas jornalísticas e de radiodifusão e, em consonância com o CBT, sobre a outorga, o cancelamento e a renovação de concessões. Além

disso, estabelece que deve ser observado o princípio da complementaridade dos sistemas privado, público e estatal, bem como prevê que o Congresso Nacional institua um Conselho de Comunicação Social a fim de atuar como um órgão auxiliar para assegurar o cumprimento do que é estipulado pelos quatro artigos.

Embora estejam em vigor há quase três décadas, muitas das normas constitucionais referentes à Comunicação Social ainda não são cumpridas. Isso se deve ao que Bolaño (2007) considera um destino triste para os dispositivos da Constituição: a sua falta de regulação. Em outras palavras, trata-se de um verdadeiro estado de anomia. Por ser um “documento jurídico sintético que prevê apenas diretrizes e regras gerais”, a Constituição precisa ser regulada por normas infraconstitucionais (NAPOLITANO, 2012a, p. 207). Nesse sentido, das sete leis regulamentadoras previstas no Capítulo V, apenas quatro foram editadas: “a Lei 9.294/96, que regula o artigo 220, § 4º; a Lei 10.610/2002, que trata da participação de capital estrangeiro em empresas de comunicação; a Lei 8.389/91, que criou o Conselho de Comunicação Social” (NAPOLITANO, 2012a, p.208); e a Lei 12.485/2012, mais conhecida como Lei de Acesso Condicionado ou a Lei da TV Paga, que regulamenta o artigo 222, § 3º. De acordo com Bolaño (2007, p. 21), essa carência regulatória na área da Comunicação Social “acaba preservando, na prática, o velho modelo” e:

[...] Mesmo a vitória que foi a abolição da censura, à falta de uma regulamentação dos direitos do telespectador, especialmente no que se refere à proteção do menor e do adolescente, acaba dando munição aos defensores da manutenção do capitalismo selvagem em matéria de comunicação no país.

Diante do cenário regulatório da radiodifusão e do objetivo principal desta pesquisa, foca-se a seguir na diretriz constitucional que estipula princípios relacionados à produção e à programação de emissoras de rádio e televisão, mais especificamente o artigo 221. Como será visto, ele fixa normas a fim de garantir que a diversidade cultural presente no território nacional seja contemplada.

4.1.1 Garantias para a pluralidade

O pluralismo é garantido pela Constituição de 1988 logo em seu artigo 1º, o qual estabelece o pluralismo político como um dos fundamentos do Estado de Direito Democrático firmado no país. Para Binenbojm (2006), essa regra deve ser interpretada em um sentido

amplo, que ultrapasse o caráter político-partidário e englobe toda a esfera política coletiva. Segundo o autor, por se tratar de uma norma-princípio, ela tem o poder de condicionar a interpretação das regras que a segue. Portanto, essa primeira exigência por pluralismo pode ser estendida aos meios de comunicação de social.

O texto constitucional, todavia, vai além e fixa normas para assegurar a efetivação da pluralidade de fontes e conteúdos. O dispositivo que proíbe o monopólio ou o oligopólio dos meios de comunicação (art. 220, § 5º) juntamente com o que fixa a complementaridade dos sistemas privado, público e estatal (art. 223) são exemplos de diretrizes que buscam promover a diversidade no ambiente midiático. Essas normas têm o potencial de oportunizar que as informações em fluxo na sociedade tenham origens múltiplas. Ao passo que a informação deixa de ser controlada por poucos grupos de mídia, os cidadãos poderiam consumir diferentes perspectivas sobre um tema.

O artigo 221, por estabelecer princípios para a programação e produção de emissoras de rádio e tevê, é outra regra que diz respeito ao pluralidade, sobretudo os incisos I, II e III. De acordo com Binenbojm (2006), a diretriz contida no primeiro inciso, a qual fixa que deve ser dada preferência a programas de ordem educativa, artística, cultural e informativa, permite que seja estipulada uma proporção mínima de conteúdos que respondam ao interesse coletivo. Assim, em teoria, caberia aos veículos de comunicação social reportar assuntos que tenham relevância para o cidadão, bem como apresentar visões balanceadas e pluralistas sobre debates de ordem pública.

O inciso II do referido artigo, que institui a promoção da cultura nacional e regional e o estímulo à produção independente, tem papel fundamental no contexto atual marcado pela internacionalização da produção e distribuição de conteúdos midiáticos. Por meio dessa regra, é possível garantir que, na esfera brasileira da comunicação social, aspectos nacionais e regionais tenham seus espaços garantidos diante da entrada e popularização de bens simbólicos oriundos de empresas midiáticas estrangeiras.

O inciso III, o qual prevê a regionalização da produção cultural, artística e jornalística, mediante percentuais estabelecidos em lei, é um dispositivo complementar ao inciso precedente e que, se regulado por lei infraconstitucional, o viabilizaria parcialmente. A pluralidade aqui é garantida ao passo que se assegura às comunidades locais a chance de se representarem midiaticamente e se verem representadas. Além disso, permitiria que em um país de extensão continental novas realidades e perspectivas pudessem ser satisfatoriamente

apresentadas, engrenando um intercâmbio entre as diversas realidades do Brasil e equalizando os eixos nacionais de produção de conteúdos.

Embora a Carta de 1988 forneça direcionamentos para que a comunicação social contribua com a construção de um ambiente midiático plural, volta-se neste momento à questão da não-regulação dessas normas. Wimmer (2008, p. 159) enfatiza que:

[...] é forçoso reconhecer que não há, no sistema jurídico brasileiro, mecanismos de aferição do cumprimento dos comandos constitucionais relativos à programação e produção, tampouco critérios objetivos para avaliação do cumprimento das finalidades sociais pressupostas pela figura da concessão pública.

Há esforços provenientes do legislativo federal com o intuito de regular as diretrizes contidas no capítulo da Comunicação Social. Contudo, o destino de parte considerável desses projetos tem sido o arquivamento. Uma das iniciativas mais significativas no âmbito do pluralismo no âmbito comunicacional é o Projeto de Lei 256/1991, atual PL 1441/2015, de autoria da Deputada Federal Jandira Feghali (PCdoB). A proposta visa regulamentar o inciso III do art. 221, estabelecendo percentuais de regionalização da produção cultural, artística e jornalística das emissoras de radiodifusão sonora e de sons e imagens. O PL 256/1991 tramitou na Câmara por mais de 12 anos e no Senado, onde foi nomeclado como Projeto de Lei da Câmara 59/2003, por 11 anos. Em 2014, sem a apreciação do Senado, o projeto foi arquivado ao final da legislatura. A Deputada Jandira Feghali voltou a apresentar uma nova versão do projeto no ano seguinte. Atualmente, a proposta encontra-se parada na Comissão de Cultura da Câmara dos Deputados. Esta é a mais longa e ampla discussão do tema no legislativo federal e, durante todos esses anos, nenhum dos relatórios e argumentos produzidos sobre o projeto questionaram a sua constitucionalidade.

A implementação de leis como a proposta por Feghali conduziriam a efetivação do princípio da pluralidade, fornecendo espaço para que ideias e perspectivas de classes minoritárias pudessem se expressar livremente, abrindo caminho para a interação e o acesso a informações que representem toda a diversidade cultural do Brasil e fortalecendo, desse modo, a democracia no país (WIMMER, 2008).

Nesse contexto, o serviço de radiodifusão de caráter público desponta como um meio que tem como essência contribuir significativamente para a expansão do plural (MENDEL, 2011). O próprio princípio da complementaridade já contempla o pluralismo no âmbito das empresas, uma vez que prevê que os sistemas privado, público e estatal devam coexistir, fornecendo ao espectador fontes múltiplas oriundas de perspectivas diversas. Ademais, a

radiodifusão como um serviço público em si privilegia a pluralidade devido as suas características norteadas, pelo menos em tese, pelo interesse coletivo. As características dessa modalidade de radiodifusão serão abordadas na seção seguinte.

4.1.2 Complementaridade e o conceito de radiodifusão pública

A previsão constitucional de um serviço de radiodifusão pública no Brasil (art. 223) fundamenta-se na noção de que os diferentes sistemas de radiodifusão – privado, público e estatal – devam se complementar. Perante a dominação da esfera privada sobre o setor, o princípio da complementaridade foi arquitetado durante a constituinte para que a disparidade histórica existente entre esses três sistemas pudesse ser solucionada (LIMA, 2011).

O relator da ideia, Artur da Távola, contou com o apoio de assessores e pesquisadores da área da Comunicação. Ao propor que essa norma fosse incorporada pela nova Carta, ele justificou que seria uma medida com forças contrárias à formação de um Estado autoritário. Além disso, sua iniciativa foi influenciada pela experiência dos modelos de sistema públicos europeus e estadunidense (CARVALHO, 2010). A estrutura da radiodifusão pública apresentada e almejada no relatório produzido durante a constituinte também foi caracterizada como um sistema autônomo perante o Estado e o mercado, devendo ser administrado por instituições da sociedade civil e operado de forma paralela aos serviços de emissoras privadas e estatais.

O viés democratizador do princípio da complementaridade e das demais normas constitucionais sobre a Comunicação Social se inserem na conjuntura mercadológica da mídia como uma ameaça aos interesses tradicionais e particulares daqueles que dominam o setor. Por essa razão, os posicionamentos contrários se fundamentam na justificativa de que não há distinção entre privado, público e estatal em outros setores sociais, como na saúde e na educação. Entretanto, segundo Lima (2011), essa é uma inverdade, pois foi justamente nos sistemas educacionais que tal distinção se originou.

Outro ponto de contestação é a negação de que haja diferença entre o estatal e o público, pois tudo o que é estatal é público (LIMA, 2011). Compreende-se neste estudo que de fato o estatal integre a categoria pública, mas a distinção entre eles se baseia, principalmente, no âmbito de sua gestão e missão. Desse modo, no caso da radiodifusão, essa negação não desestrutura o princípio da complementaridade. Ademais, conforme Lima (2011), antes mesmo da última constituinte, uma distinção entre esses dois tipos de sistemas de

radiodifusão já havia sido feita no Brasil. Em 1984, um documento produzido pelo Centro de Estudos de Comunicação e Cultural (CEC) foi entregue ao presidente eleito Tancredo Neves e dispunha:

Sem prescindir tanto do Estado quanto da iniciativa privada, este documento privilegia a criação e a consolidação de um sistema público de radiodifusão. Entendemos como sistema público aquele que, sendo financiado tanto por contribuições diretas do público como pelo Estado e/ou pela iniciativa privada, tem, todavia, sua programação sob o controle de segmentos organizados da sociedade civil. (CEC, 1984 *apud* LIMA, 2011, p. 98)

Nos termos da lei, a distinção conceitual entre os três sistemas ainda não foi estabelecida, fato que fomenta a discussão sobre o grau de efetividade do princípio da complementaridade. A regulação desse tópico poderia resolver o impasse conceitual gerado por ele, mas esse ato não seria suficiente para sanar os questionamentos acerca do que está contido no artigo 223, já que divergências políticas e ideológicas também norteiam o debate sobre a complementaridade (CARVALHO, 2010).

Em 2007, com a criação de um sistema público de comunicação, representado pela Empresa Brasil de Comunicação (EBC), o debate sobre a complementaridade voltou à cena. Segundo Carvalho (2010, p. 9-10), no momento em que se depararam com a experiência de um sistema dito público, “a aparente unanimidade com relação à complementaridade deixou de existir”. A partir desse contexto, de acordo com a autora, determinados pesquisadores da área passaram a tentar estipular o quão pertinente é traçar as diferenças entre esses três sistemas, bem como a refletir sobre os interesses envolvidos nessa questão, buscando identificar a quem e a que essa diferenciação é relevante.

Para além dos elementos regulatórios, o que define uma emissora pública e qual a sua importância social? Primeiramente, deve-se observar a diferença entre público e estatal. Embora ambas instâncias incorporem o princípio “de todos e para todos”, o público-estatal se remete ao Estado e aos poderes por ele exercido, enquanto o público não-estatal se refere à figura da sociedade civil (SCORSIM, 2008). Na América Latina, por exemplo, as noções de público e estatal se confundem (MARTÍN-BARBERO, 2002). Entretanto, no cenário brasileiro, as transformações de ordem social e política das últimas décadas contribuíram para que, atualmente, o termo estatal não seja mais tratado como sinônimo de público (SCORSIM, 2008).

No campo da radiodifusão, as corporações e emissoras classificadas como públicas devem ter como compromisso o estabelecimento de uma aliança com os interesses da

sociedade. Nesse sentido, de acordo com a UNESCO (2001), a função da radiodifusão pública deve ser a prestação de um “serviço público”, concepção presente, principalmente, no modelo de radiodifusão instaurado na Europa ocidental. Segundo Leal Filho (1997), “serviço” refere-se à existência de demandas sociais e “público” indica que essas necessidades não podem ser atendidas por entidades comerciais ou estatais. Desse modo, “veículos prestadores desse serviço devem ser públicos e por isso mantidos total ou parcialmente pelo próprio público” (LEAL FILHO, 1997, p.18).

A concepção de radiodifusão como um serviço público desenvolvida na Europa ocidental é fruto de teorias políticas que visavam identificar a função do Estado e o seu papel perante o processo de organização e controle da sociedade. A partir da influência da perspectiva francesa, os estudos conduzidos na Europa continental destacaram a noção de que era obrigação do Estado garantir que os interesses dos cidadãos - ou interesse público - fossem atendidos e preservados (BIANCO; ESCH; MOREIRA, 2012). O contraste entre a ideia britânica e estadunidense sobre radiodifusão ilustra esse contexto:

[...] No caso norte-americano, a comunicação recebeu o mesmo tratamento de outros serviços públicos e passou a não vincular, necessariamente, como acontecia na Europa tempos atrás, a presença de instituições governamentais como caracterizadora da prestação de serviço ao conjunto de cidadãos. No contexto norte-americano, por razões históricas, a interação entre as liberdades sociais e o poder estatal tem origem e evolução distintas aos da Europa continental. Além disso, o predomínio do empirismo e do pragmatismo como práticas culturais e a adoção de um sistema jurídico estruturado muito mais na adoção de leis a partir da consolidação de práticas comuns estabelecidas entre os cidadãos, distanciou a visão norte-americana de serviço público da europeia, baseada mais no racionalismo da estrutura e funcionamento estatal e na constituição de um regime jurídico administrativo. (BIANCO; ESCH; MOREIRA, 2012, p. 159)

No cenário brasileiro, nem o CBT e nem a Constituição de 1988, ao tratarem da radiodifusão, fazem qualquer tipo de relação direta com o termo “serviço público”. Entretanto, estabelecem que compete à União explorar, diretamente ou mediante autorização, concessão ou permissão os serviços de radiodifusão sonora e de sons e imagens. Muito embora não sejam classificados como públicos, de fato o são, em uma interpretação sistemática do dispositivo em questão. Dessa maneira, a radiodifusão pública, estatal e privada no Brasil são essencialmente de natureza pública, uma vez que pertencem, em primeira instância, à União e fazem uso de um espaço eletromagnético de domínio coletivo. Portanto, inclusive as emissoras de rádio e televisão comerciais devem prestar um serviço público à sociedade e atender ao interesse coletivo, já que são operadas por meio de concessões. Para além dessa noção, radiodifusão pública refere-se a um modelo específico de

rádio e televisão. Diferentemente do sistema estatal, no qual prevalecem os interesses governamentais, e do sistema privado, no qual se destaca os interesses de mercado, a essência do sistema público está pautada pelos interesses dos cidadãos e pela prestação de um serviço à sociedade.

De acordo com a UNESCO (2001), é função da radiodifusão pública promover a inclusão de todos os cidadãos de maneira igualitária. Ela precisa ser acessível a todas as classes sociais e funcionar como uma ferramenta para a informação e educação, não devendo ser excluído o seu papel de entreter, desde que observada a diferença qualitativa dos conteúdos em relação ao sistema privado de radiodifusão.

Alguns princípios básicos, segundo a UNESCO (2001), são essenciais para o desempenho satisfatório dos veículos públicos de rádio e televisão. São eles: a universalidade; a diversidade; a independência; e, quando em concorrência direta com emissoras comerciais, deve-se contemplar a ideia de distinção. Este último princípio é importante para que as televisões públicas possam conquistar uma identidade própria e, por consequência, ganhar espaço e audiência sem a necessidade de imitar ou se parecer com a modalidade privada de radiodifusão (REY, 2002). Nesse sentido, as emissoras públicas complementam os serviços dos sistemas estatais e comerciais de comunicação. Ademais, quando elas atingem seu melhor potencial, possibilitam que o público tenha acesso a uma programação marcada pela diversidade e contribuem para a garantia do direito de ser informado dos cidadãos (MENDEL, 2011).

As experiências em radiodifusão pública demonstram a existência de diferentes perfis de emissoras, cada qual podendo apresentar uma finalidade específica. No início das operações na Europa, por exemplo, prevaleceu a televisão de ordem elitista.

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 setenta, em que se inicia o processo de desregulamentação, o modelo público irá oferecer bons resultados, tanto do ponto de vista cultural, como político e econômico. Nesses anos, tem início a mudança do rumo ideológico/econômico que começa a corroer a estabilidade do Estado de bem-estar e da sociedade. (MARTÍN-BARBERO, 2002, p.54)

Nos Estados Unidos, a televisão como um serviço público foi fundamentada em um modelo de caráter local e educativo (MARTÍN-BARBERO, 2002), prevalecendo a percepção de comunicação social como um dispositivo de apoio ao Estado e a seus projetos modernizadores, em especial na área da educação. Em síntese, o país contava de um lado com “as 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” (REY, 2002, p. 92).

No cenário latino-americano²³, bem como na Europa das últimas décadas, a concepção de radiodifusão pública em evidência é a culturalista. Defendida por Martín-Barbero (2002), o autor declara que a televisão deve ser construída a partir do reconhecimento da diversidade cultural e das múltiplas realidades regionais. Assim, esse modelo de emissora pública deve fornecer representações que abranjam as diferentes perspectivas político-ideológicas e transmitir informações independentes e plurais. Nas palavras de Valente (2009, p.40), essa ênfase defendida pelos culturalistas latino-americanos se distancia da “concepção educativa, a qual é criticada pelos autores por ser a expressão do uso pelos Estados autoritários durante os regimes ditatoriais no continente”.

O ponto em comum entre as experiências europeias e as do continente americano se situa no fato de que a radiodifusão pública não-estatal é aquela feita para o público e que contribui para o desenvolvimento da cidadania. Para isso, ela deve ser independente e livre das influências do mercado e do domínio do Estado de modo que interesses particulares e governamentais não se sobreponham aos interesses coletivos.

Para a efetivação desses princípios e para que a independência das emissoras não-estatais seja assegurada, o ordenamento jurídico mais uma vez desponta como mecanismo para estabelecer as normas de criação, controle e a missão desses meios. Por se tratar de uma mídia pública e o seu proprietário ser uma entidade impessoal, Cifuentes (2002, p. 128) afirma que “regras claras de designação de soberania” são necessárias. Na concepção do autor, somente por meio da intervenção de órgãos plurais e representativos do Estado no processo de criação de conteúdos e na gestão dos veículos pode-se alcançar a autonomia.

De forma mais específica, o gerenciamento de um sistema público não-estatal de radiodifusão deve ser composto por representantes dos mais diversos segmentos sociais. Assim, as deliberações sobre o serviço se resultariam de debates entre agentes da sociedade. A participação de representantes do governo poderia ser admitida, mas de forma minoritária

²³ Na América Latina, radiodifusão pública é um conceito recente. Um sistema de comunicação social eletrônico não-estatal só começou a germinar no subcontinente a partir da “ascensão ou reafirmação no poder de governos de partidos de esquerda na última década”. Tais representantes políticos tendem a ter como uma de suas pautas a democratização dos meios de comunicação e, por essa razão, iniciaram “um processo de reorganização dos canais educativos, culturais ou estatais, aproximando-os de preceitos que os caracterizam como serviço público. A reforma em desenvolvimento permite afirmar que existem tentativas consistentes de implantar mudanças em vários países – algumas tímidas e outras audazes – nos marcos normativos da mídia pública. A forma como esse processo está ocorrendo dá pistas sobre o grau de maturidade de cada país para estabelecer consenso social em torno da proposta de oferecer à população um serviço público de comunicação independente e democrático”. (BIANCO; ESCH; MOREIRA, 2012, p. 161)

(VALENTE, 2008). Esse modelo de gestão se assemelha ao buscado pelas emissoras de radiodifusão internacional apresentadas no capítulo II.

No cenário brasileiro, a criação da Empresa Brasil de Comunicação (EBC) representou o esforço do país para estruturar um sistema público de radiodifusão de âmbito nacional. Instituída para atender o princípio constitucional da complementaridade, a EBC foi idealizada tendo como referência os moldes britânicos de serviço público de radiodifusão. Contudo, como será apresentado no próximo tópico, muitos desafios ainda impedem que os veículos subordinados à EBC operem de acordo com os ideais traçados para radiodifusão pública pontuados aqui.

4.2 Empresa Brasil de Comunicação (EBC)

Desde a primeira gestão do então presidente Luís Inácio Lula da Silva (2003-2006) as pautas pertinentes aos meios de comunicação social, ainda que de forma sutil, estavam entre os temas de interesse do governo. No entanto, foi durante o final do primeiro e ao decorrer de seu segundo mandato (2007-2010) que iniciativas mais concretas para discutir o setor das comunicações no Brasil foram realizadas. No âmbito da radiodifusão pública de sons e imagens, o Ministério da Cultura organizou no ano de 2006, em Brasília, o I Fórum de TVs Públicas, o qual teve a sua segunda edição em 2009. O serviço radiofônico também foi abordado naquele período, mais especificamente em 2008, em um evento planejado pela Associação Nacional de Rádios Públicas.

Em relação ao I Fórum de TVs Públicas, “o resultado foi um amplo diagnóstico e um programa de mudanças para criação de um efetivo sistema público de comunicação, com foco na televisão, no país” (VALENTE, 2009, p.274). Os reflexos dessa discussão se desdobraram na Medida Provisória nº 398/2007, a qual foi responsável pela criação da Empresa Brasil de Comunicação (EBC). Posteriormente, a medida foi convertida na Lei 11.652/2008. O texto, além de instituir a EBC, também prevê princípios e objetivos a fim de nortear as operações de radiodifusão pública exploradas, direta ou indiretamente, pelo Poder Executivo.

Nos termos da lei, a EBC tem como propósito prestar serviços de radiodifusão pública e serviços conexos, devendo ser respeitados os princípios e objetivos por ela previstos. Atualmente, são veículos da EBC a Agência Brasil, a TV Brasil²⁴, a TV Brasil Internacional, a Radioagência Nacional e mais oito estações radiofônicas (Rádio Nacional AM do Rio de Janeiro, Rádio Nacional FM Brasília, Rádio Nacional AM Brasília, Rádio Nacional da

²⁴ Sua criação se deu a partir da fusão entre a TV Educativa (Rio de Janeiro) e a TV Nacional de Brasília.

Amazônia, Rádio Nacional do Alto Solimões, Rádio MEC FM Rio de Janeiro, Rádio MEC AM Rio de Janeiro e Rádio MEC AM Brasília). Além da matriz em Brasília, a empresa conta com sedes em três capitais: Rio de Janeiro, São Paulo e São Luiz.

A Lei da EBC e as normas que asseguravam à empresa o status de um sistema público de radiodifusão foram, contudo, alteradas. Durante o processo de impeachment da então Presidenta Dilma Rousseff, o Presidente Michel Temer, na condição de Presidente Interino, editou a Medida Provisória nº744/2016, a qual reestruturou a gestão da organização. Em março de 2017 a medida foi sancionada com vetos por Temer e transformada na Lei 13.417/17. Antes composta por um conselho de administração, uma diretoria executiva, um conselho fiscal e um conselho curador, agora a EBC conta apenas com os três primeiros órgãos e um Comitê Editorial e de Programação.

A extinção do conselho curador significou a perda de um mecanismo responsável por representar os interesses da sociedade civil diante de possíveis interferências do governo. Outras emissoras, como a BBC e a *Deutsche Welle*, mantêm uma instância deliberativa semelhante, ou seja, composta por representantes de grupos sociais a fim de garantir o caráter público não-estatal de suas operações. Portanto, o conselho curador da EBC operava como um meio para que a sociedade pudesse interferir na gestão da empresa, desencadeando reflexos na política editorial da emissora e agregando perspectivas pluralistas e cidadãos capazes de fortalecer sua dimensão pública. Ele era composto por 22 membros: 15 representantes da sociedade civil; quatro Ministros de Estado; um representante dos funcionários da EBC; e dois eram indicados pelo Senado Federal e outro pela Câmara dos Deputados.

O conselho curador foi substituído pelo Comitê Editorial e de Programação, órgão criado pelo Senado durante a tramitação da medida provisória. De acordo com a Lei 13.417/17, o comitê é uma instância técnica de participação institucionalizada da sociedade na EBC. Ele é composto por 11 membros indicados por entidades representativas da sociedade, mediante lista tríplice, e designados pelo Presidente da República, sendo: um representante de emissoras públicas de rádio e televisão; um representante dos cursos superiores de Comunicação Social; um representante do setor audiovisual independente; um representante dos veículos legislativos de comunicação; um representante da comunidade cultural; um representante da comunidade científica e tecnológica; um representante de entidades de defesa dos direitos de crianças e adolescentes; um representante de entidades de defesa dos direitos humanos e das minorias; um representante de entidades da sociedade civil de defesa do direito à Comunicação; um representante dos cursos superiores de

Educação; e um representante dos empregados da EBC. Os integrantes do órgão não podem ter afiliação partidária e o tempo de mandato é de dois anos.

O Comitê Editorial e de Programação foi arquitetado para deliberar sobre os planos editoriais propostos pela diretoria-executiva e sobre a programação dos veículos da EBC, bem como convocar audiências e consultas públicas a respeito dos conteúdos produzidos. Entretanto, Michel Temer, ao sancionar a lei, vetou as normas que obrigariam a empresa a cumprir as decisões do comitê. A justificativa apresentada foi a de que tais regras contrariam a motivação central da Medida Provisória: conferir maior flexibilidade e eficiência de gestão à EBC. Dessa maneira, portanto, as diretrizes instituídas sobre o órgão o configura como um dispositivo figurativo, ou seja, sem força legal para interferir na gestão da empresa e representar a sociedade civil.

O texto sancionado em 2017 também alterou a norma que tratava sobre o Diretor-Presidente. A lei de criação da EBC determinava que o Diretor seria indicado pelo Presidente da República e que deveria permanecer no cargo por quatro anos. Desse modo, a gestão do Presidente do país e a do Diretor-Presidente não coincidiriam necessariamente, preservando, assim, a empresa de possíveis influências governamentais. Com a Medida Provisória 774 e a sanção da nova lei, essa garantia e o tempo máximo de mandato foram extintos, atribuindo ao Presidente da República o poder de nomear e exonerar, sem a necessidade da aprovação do Senado, o presidente da EBC. Cabe pontuar que em maio de 2016, na condição de Presidente Interino, Michel Temer exonerou Ricardo Melo, então Diretor-Presidente da empresa, de seu cargo. Por ainda não ter cumprido o mandato de quatro anos previsto pela lei, ele retornou a sua posição, mediante liminar obtida junto ao Supremo Tribunal Federal (STF). Contudo, após a implementação da MP, o STF cassou a liminar que mantinha Melo no cargo por considerar que ela não tinha mais efeito. Assim, ele deixou a presidência da EBC em setembro de 2016, sendo substituído pelo jornalista Laerte Rimoli.

O conselho de Administração, desde a edição da MP, é composto por seis membros indicados pelo governo e por um representante dos empregados da EBC. O objetivo desse conselho é “deliberar sobre o financiamento e o gerenciamento dos recursos físicos e humanos da companhia” (VALENTE, 2009, p. 278). Por sua vez, o conselho fiscal não sofreu alterações. Ele é responsável por avaliar a instância financeira da empresa e é constituído por três membros nomeados pela presidência da República, sendo suas posições alternadas a cada quatro anos. Também é assegurado que um dos membros seja representante do Tesouro Nacional.

Os princípios da EBC, segundo a Lei 11.652/2008, em sua maioria, estão associados ao que é estabelecido pela Constituição. Segundo a norma, a EBC e as emissoras públicas exploradas pelo Poder Executivo devem observar a complementaridade entre os sistemas privado, público e estatal, conforme o artigo 223 da Constituição de 1988. Além disso, é determinado que a produção e programação desses veículos tenham finalidades educativas, artísticas, culturais, científicas e informativas; promovam a cultura nacional e estimulem a produção regional e a produção independente; respeitem os valores éticos e sociais da pessoa e da família. Cabe à EBC veicular em sua programação semanal, entre as seis e 24 horas, um mínimo de dez por cento de conteúdo regional e de cinco por cento de conteúdo independente.

São apresentados ainda como princípios da EBC: “a promoção do acesso à informação por meio da pluralidade de fontes de produção e distribuição do conteúdo”; “não discriminação religiosa, político partidária, filosófica, étnica, de gênero ou de opção sexual”; “observância de preceitos éticos no exercício das atividades de radiodifusão”; “autonomia em relação ao Governo Federal para definir produção, programação e distribuição de conteúdo no sistema público de radiodifusão”; e a “participação da sociedade civil no controle da aplicação dos princípios do sistema público de radiodifusão, respeitando-se a pluralidade da sociedade brasileira”.

Quanto aos objetivos, a Lei da EBC estabelece que seu veículos devem: “oferecer mecanismos para debate público acerca de temas de relevância nacional e internacional”; “desenvolver a consciência crítica do cidadão, mediante programação educativa, artística, cultural, informativa, científica e promotora de cidadania”; “fomentar a construção da cidadania, a consolidação da democracia e a participação na sociedade, garantindo o direito à informação, à livre expressão do pensamento, à criação e à comunicação”; “cooperar com os processos educacionais e de formação do cidadão”; “apoiar processos de inclusão social e socialização da produção de conhecimento garantindo espaços para exibição de produções regionais e independentes”; “buscar excelência em conteúdos e linguagens e desenvolver formatos criativos e inovadores, constituindo-se em centro de inovação e formação de talentos”; “direcionar sua produção e programação pelas finalidades educativas, artísticas, culturais, informativas, científicas e promotoras da cidadania, sem com isso retirar seu caráter competitivo na busca do interesse do maior número de ouvintes ou telespectadores”; “promover parcerias e fomentar produção audiovisual nacional, contribuindo para a expansão de sua produção e difusão”; “e estimular a produção e garantir a veiculação, inclusive na rede

mundial de computadores, de conteúdos interativos, especialmente aqueles voltados para a universalização da prestação de serviços públicos”.

Em relação ao seu modelo de financiamento, os recursos da EBC provêm da prestação de serviços; do licenciamento de marcas e produtos; de doações feitas por pessoas físicas e jurídicas; da publicidade institucional, desde que em forma de apoio cultural²⁵ e que não exceda 15% do tempo total de programação da EBC; das receitas oriundas de leis de fomento ao audiovisual e à cultura; bem como de qualquer outra fonte, desde que os princípios e objetivos estipulados para a radiodifusão pública não sejam comprometidos.

Diante da estrutura da EBC fixada por sua lei de criação e das modificações trazidas pela lei instituída em 2017, pode-se afirmar que a empresa perdeu mecanismos importantes que garantiam sua autonomia e asseguravam o fortalecimento de seu caráter público. A EBC e os seus veículos ainda não tinham se consolidado plenamente em uma dimensão pública não-estatal devido, por exemplo, à interferência governamental na escolha de membros dos conselhos e porque a participação popular em sua gestão ainda deveria ser ampliada. No entanto, desde a edição da MP 744, um retrocesso passou a operar nesse âmbito. Antes das alterações na estrutura da empresa em 2016, até podia-se

[...] questionar e dizer que desse jeito não é público, questionar a constituição do conselho curador ou da gestão da entidade que se diz pública e dizer que essa gestão não é pública, e que para ser pública é deste ou daquele jeito. Mas antes não se podia fazer isso, pois não era positivado. Apesar de a Constituição falar da complementaridade entre o público, o estatal e o privado, você tinha o estatal, o privado, mas não tinha algo que se chamasse a si mesmo de público. A partir do momento em que você o tem, pode chamar a discussão para esse campo. Nesse sentido é um avanço. (LIMA, 2011, p. 233)

Nos termos da lei, pode-se identificar que a EBC continua sendo classificada como uma empresa responsável por serviços de radiodifusão pública, mas o fato é que a Lei 13.417/17 trouxe um esvaziamento desse caráter, como já assinalado. Sua nova configuração não a legitima como um modelo público no sentido ideal do termo, como estabelecido, por exemplo, pela UNESCO. Por fim, essa nova estrutura de gestão da EBC que a aproxima mais de um modelo midiático governamental vai na contramão do princípio constitucional da complementaridade, o qual fundamentou a criação da empresa.

²⁵ De acordo com o artigo 11, § 1º, da Lei 11.652/2008, é considerado apoio cultural o “pagamento de custos relativos à produção de programação ou de um programa específico, sendo permitida a citação da entidade apoiadora, bem como de sua ação institucional, sem qualquer tratamento publicitário”.

4.3 TV Brasil - Canal *Integración*

A primeira iniciativa voltada ao estabelecimento de um serviço midiático do Estado brasileiro direcionado para além das fronteiras partiu do então Senador Hélio Costa. Por meio do Projeto de Lei do Senado (PLS), nº 198, de 2003, ele propôs a criação, sob a responsabilidade do Poder Executivo, da “TV Brasil Internacional”. De acordo com a justificativa do projeto, o objetivo principal desse veículo seria divulgar a imagem do Brasil no exterior.

Argumenta-se no texto que estereótipos sobre o país povoam o imaginário internacional de modo que elementos típicos de determinadas regiões do Brasil são apresentados de forma generalizada, transparecendo como características definidoras da identidade nacional dos brasileiros. Em tempos de globalização e de avanços tecnológicos, o país conta com as ferramentas necessárias para promover sua diversidade cultural, incluindo a divulgação da língua portuguesa, na comunidade internacional e, assim, aniquilar preconceitos e estereótipos a seu respeito. Além disso, afirma-se que a criação do canal contribuiria para o desenvolvimento do país, já que sua economia e atrações turísticas seriam divulgadas. Diante desses aspectos, o projeto defendia que um dos meios mais apropriado para esse fim era a televisão, já que suas imagens podem alcançar as mais distantes partes do globo. Por fim, a proposta salienta que essa não seria uma iniciativa nova no mundo, pois países como o Reino Unido, Portugal, França, Alemanha, Espanha, México, Argentina e Japão já oferecem serviços de televisão ao exterior com o propósito de promover seus respectivos negócios, artes e turismo.

Em 2005, no entanto, esse projeto de lei foi arquivado após a Comissão de Educação ter declarado a sua prejudicialidade. O parecer que subsidiou tal posicionamento alega que uma ação mais efetiva voltada à criação de um canal internacional já havia sido tomada. O texto se refere ao Decreto Presidencial de 27 de setembro de 2004, assinado pelo ex-presidente Lula. Por meio desse documento, foi instituído um Comitê Gestor responsável por formular uma proposta de serviço de televisão para o exterior. O comitê foi composto por um representante da Secretaria de Comunicação e Gestão Estratégica da Presidência da República; um do Ministério das Relações Exteriores; e um da extinta Radiobrás, atual EBC. De acordo com o artigo 4º do decreto, a Radiobrás deveria estabelecer em seu regimento interno a instituição de um setor próprio de comunicação internacional, responsável pela operacionalização e administração da prestação de serviços de televisão para o exterior.

Segundo o estudo conduzido por Pereira (2006), a viabilidade desse decreto foi fundamentada em três aspectos: 1) a televisão é o maior veículo de comunicação da América; 2) a demanda pela utilização da comunicação social como dispositivo de integração regional; e 3) a condição orçamentaria positiva que permitia o investimento em um serviço de televisão para o exterior. A partir desse contexto e da instituição do decreto, nasceu a primeira experiência brasileira em radiodifusão internacional: a TV Brasil – Canal *Integración*, veículo que ficou no ar entre 2005 e 2010.

O cenário da política externa brasileira naquela época também era propício: as relações entre o Brasil e o Mercosul estavam sendo fortalecidas. Havia ainda um certo alinhamento político entre os governos sul-americanos, o que facilitava a execução desse projeto. Assim, o canal tinha como missão fortalecer as relações entre os países da América do Sul, buscando integrá-los por meio do intercâmbio de conteúdos e informações de ordem jornalística, cultural e institucional (PEREIRA, 2006). Além disso, ele foi constituído com base em uma linha editorial fundamentada em princípios de cidadania e dos Direitos Humanos. A fim de planejar a atuação do Canal *Integración* no subcontinente, foram realizadas diversas reuniões com representantes do setor de radiodifusão público e privado, fundações culturais e produtores independentes de seis países sul-americanos (Argentina, Colômbia, Equador, Paraguai, Peru e Venezuela). Os encontros conquistaram apoio técnico e logístico para o canal, bem como a criação de uma rede para intercâmbio de conteúdos e de profissionais (VICENTE, 2010).

O Canal *Integración* começou a ser transmitido efetivamente em 2005, durante a Primeira Reunião de Chefes de Estado da Comunidade Sul-Americana de Nações, em Brasília. A primeira emissora não-comercial de âmbito internacional do Brasil chegou a contar com cerca de 160 operadoras de cabo que estavam autorizadas a retransmitir o canal (VICENTE, 2010). Sua grade diária contava com seis horas de programação inédita, a qual era repetida por quatro vezes, completando 24 horas no ar. Os programas eram veiculados com base em faixas temáticas, incluindo conteúdos jornalísticos e de entretenimento, e disponibilizados em português e em espanhol. Além disso, Vicente (2010, p. 32) aponta que o Canal *Integración* atuava como uma “agência de notícias para as emissoras associadas, principalmente em relação à cobertura de eventos ocorrido no Brasil e de interesse para toda a região”. Nesse sentido, eram produzidas reportagens especiais que pudessem servir como material alternativo para as emissoras parceiras.

O primeiro canal público internacional do Brasil contava com o apoio das televisões estatais do governo e do Ministério das Relações Exteriores. Seu orçamento anual era de aproximadamente 9 milhões de reais, sendo 50% dos recursos provenientes da própria Radiobrás, 20% do Senado Federal, mais 20% da Câmara dos Deputado, e 10% do Supremo Tribunal Federal. Durante o seu período de criação, o investimento no canal foi de 7,15 milhões de reais, tendo sido maior parte, 95%, repassada pela Radiobrás (PEREIRA, 2006). Para além do caráter financeiro, “a Radiobrás cedeu equipamentos e o pessoal técnico de operações; o STF, a Câmara e o Senado cederam pessoal para o jornalismo da emissora; e o Ministério das Relações Exteriores [realizou] um importante papel como articulador da emissora nos países sul-americanos” (PEREIRA, 2006, p. 55).

A implementação do Canal *Integración* representou uma iniciativa engajada no interesse público e no intuito de se estabelecer uma política comunicacional que abrangesse a comunidade latino-americana. Dessa maneira, ela rompeu com o modelo comercial de televisão e se destacou por sua natureza pública e por ser norteadada por uma noção de pluralidade e de diversidade cultural (VICENTE, 2010). Em outras palavras, Pereira (2006, p.122) afirma que o canal contava com três referências essenciais que poderiam garantir o seu sucesso:

[...] A primeira referência é a de ser uma TV Pública de qualidade, ou seja, que se preocupe com a audiência tanto no âmbito da quantidade quanto no enfoque em formar televidentes cidadãos participativos a integração e ao desenvolvimento. A segunda é a política externa brasileira, que dará a emissora o enfoque a ser dado na integração, como por exemplo, a postura política da emissora de manter a neutralidade ou não nas políticas internas dos países vizinhos. A última referência é a própria *Telesur*, que já tem uma inserção maior que a TV Brasil-Canal *Integración*, especialmente nos países que ela tem presença física, como seus correspondentes espalhados pelo continente americano. Por outro lado, a *Telesur* já está mais presente nas telas do telespectador, inclusive no Brasil, o que significa que a TV Brasil pode se espelhar na estratégia de distribuição de sinal da emissora-multiestatal.

Durante os quatro anos em que esteve no ar, o Canal *Integración* desempenhou não só um papel estratégico para a integração da América do Sul, mas também atuou como fonte de informação sobre o cenário político, econômico e cultural brasileiro para os países vizinhos. Cabe observar ainda que o canal mantinha parcerias com os escritórios da ONU a fim de produzir conteúdos especiais.

O projeto almejado para as operações de uma emissora brasileira de radiodifusão internacional previa, em uma segunda instância, alcançar a África lusófona e, numa terceira

fase, oferecer serviços para as comunidades brasileiras que vivem no exterior, sobretudo para aquelas situadas nos Estados Unidos e no Japão (PEREIRA, 2006). Como será apresentado no tópico seguinte, esses planos foram colocados em prática a partir da instituição da TV Brasil Internacional.

4.4 TV Brasil Internacional

Com a abolição da Radiobrás, o órgão responsável por operacionalizar o Canal *Integración*, fixado pelo Decreto Presidencial de 2004, deixou de existir. De acordo com uma notícia de 2010 da Agência Estado, a então presidente da EBC, Tereza Cruvinel, declarou que “o Canal *Integración* serviu muito à ideia de integração latino-americana”, mas que ele já havia cumprido o seu papel. Portanto, tinha chegado o momento de expandir o alcance da emissora internacional brasileira, seguindo o modelo já adotado por vários países que oferecem serviços semelhantes, como a Alemanha, Portugal, Itália, Japão e outros. Desse modo, pode-se afirmar que a transição do Canal *Integración* para a TV Brasil Internacional foi articulada em compasso com a política externa do governo Lula: primeiramente, o foco foi a integração com a América Latina e, posteriormente, a intensificação das relações com países de outros continentes.

Esse novo projeto de TV internacional, segundo Cruvinel, partiu de uma demanda de brasileiros que vivem no exterior. Embora as redes Globo e Record oferecessem serviços para outros países, os emigrantes não estariam satisfeitos com o valor cobrado pela assinatura dos canais e, por isso, solicitavam a criação de um canal de TV para o exterior de menor custo. Assim, foi durante a I Conferência das Comunidades Brasileiras no Exterior, em 2008, que eclodiu a demanda por um veículo de comunicação público que alcançasse, especialmente, os países com maior concentração de brasileiros emigrados. Em 2009, o Itamaraty convidou a EBC para participar da segunda edição da Conferência e a demanda pelo canal internacional foi apresentada diretamente à empresa. De acordo com a ata da II Conferência, quatro solicitações de ordem comunicacional emergiram durante o evento: 1) valorizar os veículos midiáticos brasileiros no exterior para disseminação de informações de interesse das comunidades; 2) criar boletins, informes ou outros meios de comunicação com o objetivo de aumentar a interação entre o Governo brasileiro e as comunidades no exterior; 3) elaborar campanhas de divulgação que valorizem a imagem da comunidade brasileira no exterior e desmistifiquem estereótipos associados ao Brasil; e 4) prestar informações para o próprio

público brasileiro no exterior e garantir informação de qualidade do que acontece no país para conhecimento dos brasileiros. Neste último item, foi observado que emissoras como a *Deutsche Welle*, *Voice of America*, Rádio França Internacional, *Radio Nederland* e Rádio Canadá oferecem serviços em português, o que facilitaria a distribuição de material para as comunidades.

A fim de atender a essa demanda, a EBC incluiu em seus projetos de expansão para 2010, ano no qual seu orçamento foi de 453 milhões de reais, a criação de uma emissora que substituísse o Canal *Integración*. Assim, no dia 24 de maio de 2010, estreou a TV Brasil Internacional. Durante o evento de lançamento da emissora, no Palácio do Itamaraty, Cruvinel destacou que “tal como os canais internacionais das TVs públicas de outros países, a TV Brasil Internacional [seria] um canal da nacionalidade brasileira, um instrumento de divulgação do país, do povo brasileiro, da cultura, da riqueza e da diversidade do Brasil” (EBC, 2010). Na ocasião, o então presidente Luiz Inácio Lula da Silva pontuou que o papel desse veículo da EBC seria apresentar o Brasil para o mundo e que ele não queria um “canal de TV para falar bem do Lula” (EBC, 2010), reforçando, desse modo, que esse não seria um meio de comunicação estatal ou governamental, mas de caráter público e autônomo.

A TV Brasil Internacional começou a ser transmitida, primeiramente, à África. O seu sinal foi levado a 49 dos 53 países africanos por meio da Multichoice, operadora de TV paga. Segundo Cruvinel, a atenção especial dada à África foi motivada “pela grande procura daquele continente por programação audiovisual e também pela dívida que o Brasil tem para com o povo africano.” Sobretudo, pretendia-se alcançar os países falantes de português, como a Angola, Cabo Verde, Guiné-Bissau, Moçambique e São Tomé e Príncipe. Além disso, cabe observar que naquele período a política externa do governo Lula foi marcada por aproximações e acordos a fim de estreitar as relações entre o Brasil e o continente africano. Nesse sentido, a EBC agiu estrategicamente e em sintonia com as políticas do Itamaraty. Posteriormente, a TV Brasil Internacional foi direcionada à América Latina, aos Estados Unidos, à Europa e à Ásia. Atualmente, é transmitida apenas via *streaming*.

Disponibilizada inteiramente em língua portuguesa, a TV Brasil Internacional se difere de emissoras como a *BBC World Service*, a *Deutsche Welle* e a *Voice of America*, as quais oferecem serviços em múltiplos idiomas. Desde que entrou no ar, a grade do canal sempre foi composta, em sua maioria, por programas veiculados pela TV Brasil (nacional). A TV Brasil Internacional dispõe de uma programação de 24 horas diárias e já contou com programas produzidos especificamente para ele, como o “Brasileiros no Mundo”, “Conexão

Internacional”, “Brasil Hoje” e o “Aqui tem Brasil”. A EBC mantém parceria com TVs públicas, universidades e produtores de conteúdo na América Latina a fim de realizar intercâmbio de conteúdos. Além disso, também já foram firmadas parcerias com a ONU e com a Cruz Vermelha Internacional para a produção de documentários. Atualmente, não há nenhum programa criado exclusivamente para o canal internacional. Sua grade vigente é composta por programas exibidos na TV Brasil (nacional) e que têm autorização para serem veiculados na web. De acordo com Pedro Cardoso (2017), gerente de promoção e chamadas da TV Brasil, os programas que compõem a grade do veículo internacional não são relevantes para quem vive no exterior. A sua grade de programação está anexada no final desta dissertação.

Esse distanciamento da TV Brasil Internacional de sua missão está conectado a um conjunto de fatores. Um deles diz respeito à organização interna da emissora. Em 2012, o canal passou a fazer parte da diretoria internacional da EBC, a qual era comandada pelo jornalista Ottoni Fernandes. De acordo com Max Gonçalves, ex-gerente geral da TV Brasil Internacional, a diretoria fazia parte de um planejamento estratégico que visava à expansão da comunicação pública do Brasil para além das fronteiras. Entretanto, em dezembro de 2012, Ottoni faleceu e, após esse episódio, a TV Brasil Internacional passou a compor a diretoria geral da EBC. Nesse período, a organização interna da empresa foi reestruturada e as produções para os seus veículos passaram a atender uma nova dinâmica:

Na primeira fase, no mandato da Tereza Cruvinel e metade do mandato do Nelson Breve, a empresa manteve um formato de trabalho próximo da Radiobrás. Era o seguinte: cada um dos veículos que pertenciam à empresa tinha a sua própria administração, uma certa independência de produção. Então, a TV Brasil Internacional tinha o seu administrativo próprio em diálogo com a administração central da empresa; tinha o seu jornalismo próprio; a sua equipe de produção própria; o seu controle mestre próprio; a sua técnica própria; o seu arquivo próprio. E o mesmo para TV Brasil, para a Rádio Nacional. Enfim, pelo planejamento estratégico se construiu uma nova forma de gestão que era por plataformas. Então, a empresa deixou de ter a equipe do canal x ou a equipe do canal y. Passou a existir a plataforma TV, que produz conteúdos para todas as emissoras de TV; a plataforma rádio, que produz conteúdos para todas as rádios; a plataforma web que administra tudo que é produzido para a web. Dessa maneira, a equipe da TV Brasil Internacional deixou de ter a sua redação própria e foi criada uma redação de TV. Assim, a equipe do canal internacional e do nacional viraram uma só para produzir conteúdo para as duas. Portanto, a equipe da TV Brasil Internacional foi fragmentada. (GONÇALVES, 2017, entrevista)

Segundo a avaliação pessoal de Gonçalves, a nova organização interna otimizou o trabalho, mas também impulsionou a perda da identidade internacional da emissora. Se a

essência do Canal *Integración* era a América do Sul, a TV Brasil Internacional foi arquitetada para ser um elo com os brasileiros no exterior e com os países falantes de português. Para semear esse seu caráter transfronteiriço, chegaram a ser estabelecidas relações com comunidades de brasileiros emigrantes e ainda reservados espaços na programação a assuntos de seus interesses. Outro fator fundamental nesse sentido foi a cooperação entre o canal e o Ministério das Relações Exteriores. Gonçalves (2017) afirma que a equipe da TV Brasil Internacional mantinha contato, principalmente, com a diretoria de brasileiros no exterior do Itamaraty. Havia ainda conexões com embaixadas de outros países situadas em Brasília. Portanto, tratava-se de um veículo de comunicação que buscava promover integração e divulgar a imagem do Brasil.

O Itamaraty tinha, digamos assim, uma postura de agradecimento a nós porque a gente ajudava nesse sentido, ajudava a mostrar o Brasil, a mostrar que o Brasil tá aberto. Nós dávamos notícias de eventos internacionais promovidos pelo Itamaraty. O Itamaraty colocou a nosso serviço o malote diplomático para enviar material nosso pros consulados, para as embaixadas. (GONÇALVES, 2017, entrevista)

Portanto, a falta de identidade que caracteriza a atual situação da TV Brasil Internacional foi desencadeada por uma soma de fatores, como a nova dinâmica interna da organização baseada em plataformas; a falta de produções específicas para o canal internacional; e o enfraquecimento das parcerias entre a emissora e o Ministério das Relações dos Exteriores. Deve-se acrescentar a esse quadro a falta de investimentos em tal serviço. O orçamento da EBC, como já apontado, é proveniente, principalmente, do Tesouro Nacional e os repasses para cada veículo são definidos pela diretoria geral da empresa. A quantia alocada à TV Brasil Internacional já chegou a girar em torno de 6 milhões de reais (GONÇALVES, 2017). Contudo, esse valor foi drasticamente diminuído e, atualmente, os recursos do canal internacional se restringem às folhas de pagamento da equipe de programação, já que não existe mais produção para ele (CARDOSO, 2017).

A questão orçamentaria também foi o fator que levou a TV Brasil Internacional a ser transmitida unicamente via *streaming*. De acordo com o relatório de atividades da EBC de 2015, buscou-se naquele ano investir em projetos de expansão do sinal do canal, o que incluiria acordos sobre as renovações com os distribuidores na América Latina, bem como negociações com operadores de outros continentes a fim de alcançar países com maior presença de emigrantes brasileiros. No entanto, não foi possível fechar parcerias com as empresas retransmissoras da Europa devido aos altos valores cobrados por elas. Ao mesmo

tempo, os contratos já em vigor começaram a vencer e não foram renovados também por causa dos custos. O último contrato expirou em setembro de 2016 (CARDOSO, 2017) e, desde então, a TV Brasil Internacional está disponível somente na web. Segundo Cardoso (2017, entrevista), “a curto prazo, não há projetos para uma reinserção da TV Brasil Internacional no satélite” e a tendência é reestruturar o serviço para o exterior com base em plataformas móveis.

Embora existam emissoras comerciais de abrangência internacional, como as da Globo e da Record, Cardoso (2017) defende que a TV Brasil Internacional foi criada para cumprir uma função social. Ela foi arquitetada para prestar serviços de utilidade pública para brasileiros vivendo no exterior. No entanto,

[...] talvez tenha havido um erro de foco. Naturalmente, quando os contratos dos satélites foram vencendo, foi-se percebendo que era muito recurso por um retorno baixo. Talvez se a TV já tivesse uma estrutura para produzir em vários idiomas, por exemplo, a renovação desses contratos teriam um peso muito maior. Como não tinham, naturalmente eles acabaram saindo. (CARDOSO, 2017, entrevista)

A TV Brasil Internacional, por ter sido estabelecida dentro daquilo que se projetou para ser o sistema público de radiodifusão do país, atende ao princípio da complementaridade previsto pelo artigo 223 da Constituição. Embora a norma não faça qualquer menção ao âmbito de cobertura das emissoras, o fato de haver emissoras comerciais operando internacionalmente, o veículo da EBC voltado ao exterior, portanto, complementa essa modalidade de serviço de radiodifusão. Cardoso (2017) pontua que é função da TV pública dar voz à diversidade e divulgar os vários Brasis existentes e que esse papel se estende ao canal internacional.

As últimas transformações na lei da EBC não interferiram diretamente na TV Brasil Internacional, já que as alterações tiveram impacto na estrutura da empresa. Segundo Cardoso (2017), o veículo de âmbito internacional já vinha caminhando em direção ao seu atual estágio antes mesmo do impeachment de Dilma Rousseff e das mudanças sancionadas por Michel Temer. Em outras palavras, a TV Brasil Internacional já vinha perdendo o seu foco devido aos fatores já mencionados aqui e a perspectiva agora, de acordo com a gerência de programação e chamadas do canal, é mesmo oferecer e solidificar serviços via plataformas digitais.

4.4.1 Articulação com outras emissoras

Agora que a experiência brasileira em radiodifusão internacional foi caracterizada, é possível verificar de que maneira ela se relaciona com outros modelos que compõem essa categoria midiática. Tomando como referência as quatro emissoras descritas no capítulo II, quais são os aspectos que elas e a TV Brasil Internacional carregam em comum? Para tentar responder a essa questão, retomemos o quadro que traça uma comparação entre os quatro casos e acrescentemos o canal internacional brasileiro, conforme disposto no quadro 4.

Primeiramente, verifica-se que a TV Brasil Internacional dispõe de recursos mais modestos se comparada aos outros quatro casos. Sua oferta se limita à veiculação via *streaming* de programas transmitidos pelo canal nacional, não havendo, assim, produções próprias. Além disso, sua programação é inteiramente em língua portuguesa, o que limita o seu alcance. Em contraste, a *BBC World Service*, a *Deutsche Welle* e a *Voice of America* são marcadas por oferecerem serviços multimídia e em múltiplos idiomas. Em relação ao caso português, o sistema público de comunicação do país conta com quatro veículos internacionais, o que demonstra a sua maior vocação nesse setor quando em comparação com o Brasil. A RTPi se dedica exclusivamente a um canal televisivo, mas que é transmitido via satélite e que conta com recursos de legendagem. O aspecto em comum que o canal de Portugal tem com o do Brasil é que ele também não fornece conteúdos com o propósito de ensinar a língua vernácula ao público estrangeiro.

No plano dos objetivos, os propósitos da TV Brasil Internacional se assemelham mais aos atribuídos à RTPi. Ambas foram instituídas para promover seus países patrocinadores mundo afora, bem como para se conectarem aos portugueses/brasileiros vivendo em outros países. Contudo, como relatado, as atuais práticas e configuração do canal internacional do Brasil não cumprem o papel planejado para ele. Para além dessas funções, as outras três grandes emissoras em destaque buscam se fixar na arena global como fontes alternativas de informação, sobretudo, àqueles países onde não há um espaço midiático desenvolvido ou livre de censuras.

Quadro 4: Comparação entre cinco emissoras de radiodifusão internacional.

Emissora	Serviços	Idiomas	Ensino Idioma	Gestão	Financiamento
RTPi	Televisão	2	Não	Órgãos sociais; conselho de opinião; provedores do ouvinte e do telespectador.	Estado; receitas comerciais; contribuição para o audiovisual (imposto)
BBC World Service	Televisão, rádio, internet	28	Sim	BBC Trust; órgão executivo; órgãos reguladores de mídia do país.	Taxa de licença (imposto)
Deutsche Welle	Televisão, rádio, internet	30	Sim	Conselho de radiodifusão; conselho executivo; diretor geral.	Estado
Voice of America	Televisão, rádio, internet	45	Sim	Broadcasting Board of Governors (Chefe executivo)	Estado (Congresso)
TV Brasil Internacional	Televisão (via streaming)	1	Não	Empresa Brasil de Comunicação (Conselho de Administração e Diretoria Executiva [Conselho Fiscal e Comitê Editorial e de Programação])	Estado (Tesouro Nacional)

Fonte: Elaborado pelo autor com base nas informações obtidas por meio do levantamento documental.

Em relação ao modelo de gestão, a TV Brasil Internacional é administrada por uma agência superior, a EBC, assim como é o caso da *Voice of America*, supervisionada pela BBG. Outro fato em comum é que as estruturas de ambas as empresas passaram, recentemente, por transformações legais, como já descrito. Tanto as mudanças na EBC quanto na BBG as aproximaram de seus respectivos governos federais. Os mecanismos que garantiam suas autonomias foram enfraquecidos e, no Brasil, esse cenário é ainda mais delicado, como apontado na seção sobre a EBC. Os modelos de gestão nos quais a *Deutsche Welle*, a *BBC World Service* e a RTPi estão inseridos gozam de maior independência quando comparado ao sistema no qual a TV Brasil Internacional está integrada. Essa característica se deve, principalmente, pela existência de órgãos autônomos que interferem nos rumos desses veículos, incluindo aqueles compostos por representantes da sociedade civil. Com base, em especial, no caso brasileiro e no estadunidense, pode-se observar que tais organizações comunicacionais estão suscetíveis a serem alteradas de acordo com prioridades

governamentais, fato que coloca em questionamento a essência pública e independente que elas afirmam carregar.

Quanto ao modelo de financiamento, todas, com exceção da BBC World Service, são mantidas por meio de repasses feitos pelo Estado. Além desse fundo, a RTPi também conta com outras fontes de financiamento. Os sistemas de comunicação dependentes dos repasses governamentais estão, em alguma medida, vulneráveis a controles políticos (YOUMANS; POWERS, 2012). Nesse sentido, o enfraquecimento dos mecanismos que garantiam a independência da EBC e o seu modo de financiamento reforçam sua aproximação com o Estado. Na contramão, pode-se afirmar que o modelo adotado pela BBC garante a ela um maior distanciamento das prioridades governamentais, já que o seu orçamento é oriundo de impostos específicos pagos pela população britânica. Ainda nesse contexto, outro ponto a ser observado é a quantidade de investimentos recebidos pelos veículos internacionais. A *Voice of America*, a *Deutsche Welle* e a *BBC World Service* recebem subsídios significativos que viabilizam a manutenção de suas produções multimídias e em diversos idiomas. Embora não tenham sido identificados números, infere-se que a RTPi disponha de um orçamento maior que o da TV Brasil Internacional, já que ela é transmitida via satélite e oferece conteúdos próprios. O caso brasileiro, como exposto, não conta mais com investimentos ou com um orçamento próprio, já que não existem mais produções para o canal e nem gastos com distribuidoras de satélites.

Diante dessas pontuações, um fator central a se destacar é a existência de marcos legais que preveem a existência de emissoras de radiodifusão internacional e fornecem diretrizes para a sua operação. Nessa lista, o Brasil é o único país que não dispõe de nenhuma norma nesse sentido. Nem mesmo a Lei da EBC faz qualquer tipo de menção a um serviço internacional. O decreto presidencial que institui a criação de um Comitê Gestor no âmbito da Radiobrás, o qual deu origem ao Canal *Integración*, foi o único dispositivo legal que tratou sobre o tema. Com a extinção da Radiobrás, ele perdeu a sua validade. Portanto, pode-se considerar que a falta de direcionamentos jurídicos específicos que norteassem as operações da TV Brasil Internacional contribuiu para a sua perda de identidade e fragilização.

CAPÍTULO V – AS CULTURAS DO BRASIL PARA ALÉM DAS FRONTEIRAS

Este capítulo final apresenta o percurso da análise de conteúdo conduzida a fim de identificar de que maneira a TV Brasil Internacional representa os aspectos culturais do país mundo afora, tendo como amostras as reportagens veiculadas pelo telejornal Repórter Brasil. Assim, expõe-se aqui o procedimento metodológico trilhado nessa etapa da pesquisa e, na sequência, são revelados os dados obtidos por meio da coleta realizada. As reportagens delimitadas foram divididas em três categorias e cada uma delas foi pontualmente analisada, possibilitando, ao final, traçar inferências que respondam a pergunta principal deste estudo.

5.1 Procedimento metodológico

Para além do estudo bibliográfico e documental, esta pesquisa foi desenvolvida a partir da utilização do conjunto de instrumentos metodológicos da Análise de Conteúdo (BARDIN, 2011). Com base em seu caráter estruturado e sistematizado, pôde-se conduzir uma investigação de ordem tanto quantitativa quanto qualitativa, o que significa que os dados coletados puderam ser codificados, contabilizados e, por fim, interpretados a partir de um processo de inferência. A figura 1 apresenta as etapas metodológicas aplicadas nesta fase do estudo.

Figura 1: Procedimento metodológico executado com o propósito de identificar como os aspectos culturais do Brasil são representados pelo veículo internacional da EBC.



Fonte: Elaborado pelo autor com base nas diretrizes de Bardin (2011).

No período da pré-análise, foi determinado que esta pesquisa se limitaria aos conteúdos jornalísticos veiculados pela TV Brasil Internacional, mais especificamente às reportagens do Repórter Brasil, telejornal apresentado diariamente em duas edições. O noticiário é produzido e transmitido pela TV Brasil e retransmitido pela TV Brasil Internacional. Portanto, os resultados da análise desenvolvida dizem respeito à maneira como os aspectos culturais do Brasil são representados tanto dentro do país quanto no exterior. O recorte traçado considerou todas as reportagens veiculadas durante todo o mês de outubro de 2016 por ambas as edições do telejornal. Não foram considerados links e nem de notas secas. As notas cobertas pertinentes a resultados de partidas de futebol também não foram contabilizadas. A análise foi viabilizada pelo fato de todos os conteúdos do Repórter Brasil estarem disponíveis em seu site.

A coleta das amostras se deu por meio de um formulário sistematizado criado no *Google Drive*, a partir do qual reuniu-se as seguintes informações: data da veiculação; título

da reportagem, de acordo com o site; editoria; e a emissora que produziu a matéria. Considerou-se ainda a editoria de cada conteúdo. Embora o site do telejornal não os traga divididos em editorias, foram estipuladas unidades de registro com base em classificações editoriais e nos enfoques das reportagens, conforme o quadro 5, que permitiram fazer essa classificação.

Quadro 5: Classificação das reportagens do Repórter Brasil em editorias.

Classificação (editoriais)	Temas principais (enfoque)
Cidadania	Movimentos sociais; protestos; igualdade de direitos; ações solidárias e sociais; minorias sociais.
Cultura	Exposições e festivais; obras de arte; manifestações culturais; religião; gestão cultural; música; museus; fotografia; cinema; teatro; literatura.
Educação	Ensino infantil; ensino médio; ensino superior; professores; alunos; vestibular.
Esporte	Modalidades esportivas; eventos esportivos; atletas.
Internacional	Todos os fatos que dizem respeito a outro país que não seja o Brasil.
Meio Ambiente	Preservação ambiental; catástrofes naturais; energias; sustentabilidade; clima; fauna e flora.
Polícia e Segurança	Crimes; julgamentos; apreensões; prisões; segurança pública e privada; investigações.
Política e Economia	Personagens da política; poder executivo; poder legislativo; inflação; emprego; produção; moeda.
Saúde e Comportamento	Campanhas de saúde; doenças; tratamentos; prevenções; bem-estar; condição física, mental e comportamental.
Tecnologia	Internet; celular; aplicativos; plataformas digitais; inclusão digital; criação de novas tecnologias.
Transporte	Transporte público; transporte coletivo; transporte privado; normas de trânsito; trânsito; ruas e rodovias.
Outros	Reportagens que não se encaixaram nas editorias anteriores.

Fonte: Elaborado pelo autor com base na coleta de dados.

Finalizada a coleta e o agrupamento das reportagens em editorias, foi possível restringir as amostras a serem analisadas. Em coerência com a questão central da pesquisa, a investigação debruçou-se sobre as reportagens incluídas na editoria de cultura. Tais conteúdos foram transcritos e, na sequência, foram estabelecidas unidades de registro de ordem temática,

ou seja, unidades codificadas e correspondentes “ao segmento de conteúdo considerado unidade de base, visando a categorização e a contagem frequencial” (BARDIN, 2011, p. 134). O recorte que determinou as unidades temáticas levou em consideração núcleos de sentido do texto transcrito que indicassem a dimensão espacial do assunto abordado pela reportagem. Portanto, as unidades de registro foram norteadas, sobretudo, por elementos indicativos de territorialidade: onde se passa a narrativa? qual a abrangência geográfica do fenômeno/evento apresentado? De onde são os personagens? A história compreende a interação entre duas ou mais localidades e realidades culturais?

A etapa seguinte consistiu na elaboração de categorias semânticas com base no artigo 221 da Constituição, inciso II, que prevê a promoção da cultura nacional e regional e o estímulo à produção independente que objetive sua divulgação. Dessa maneira, três grupos classificatórios foram criados, como apresenta o quadro 6, e as reportagens de cultura foram distribuídas entre eles a partir do direcionamento oriundo das unidades de registro.

Quadro 6: Categorias desenvolvidas com o propósito de identificar como os aspectos culturais do Brasil são representados pelo veículo internacional da EBC.

Categoria	Definição
Cultura nacional	Reportagens que apresentaram temas de abrangência nacional, como determinados pelas unidades de registro.
Cultura regional	Reportagens que apresentaram temas de abrangência regional, como determinados pelas unidades de registro.
Relação intercultural	Reportagens que não se limitaram a tratar sobre um evento de ordem nacional ou regional, mas sobre uma interação entre realidades cultural e geograficamente diferentes, como determinado pelas unidades de registro.

Fonte: Elaborado pelo autor.

As categorias foram ainda divididas em subcategorias, também semânticas, a fim de identificar o caráter dos dispositivos culturais abordados pelas reportagens. Assim, os subgrupos foram organizados tendo os seguintes termos como classificação geral: artes; cinema; música; gestão; literatura; fotografia; tradição (religião e estilos de vida); e teatro.

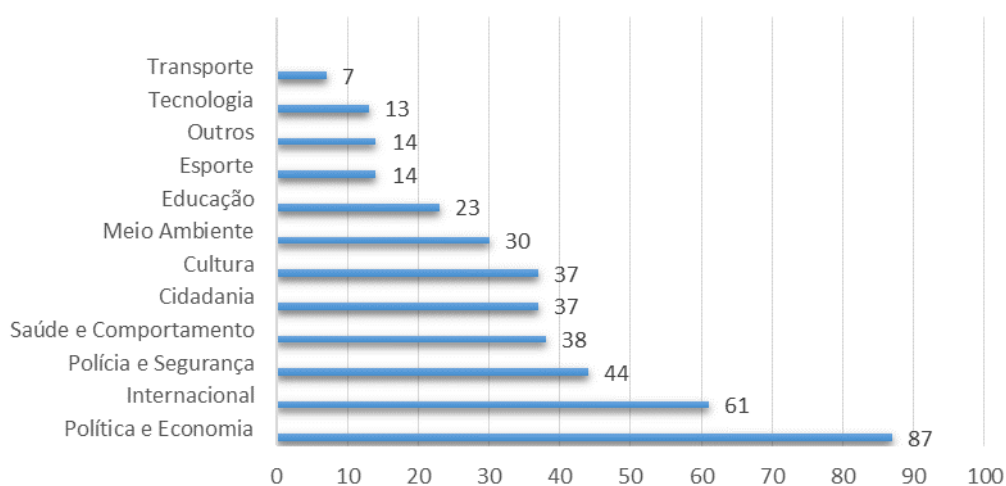
Os dados gerados durante o processo de categorização nortearam, por fim, as atividades de inferência e de interpretação dos resultados. A fim de abranger a complexidade

da narrativa audiovisual, essa etapa também considerou os elementos imagéticos contidos nas amostras. Eles estão ilustrados nesta dissertação por meio de *frames* que foram expostos, justamente, para fornecer noções sobre o material analisado. Diante dessas referências e com base na fundamentação teórica delimitada, pôde-se desenvolver uma leitura sobre a forma como a TV Brasil Internacional, por meio das reportagens veiculadas pelo telejornal Repórter Brasil, representa os aspectos culturais do país ao exterior. Os resultados expostos nas próximas seções revelam se os elementos culturais do país são apresentados em sua diversidade, de acordo com o que é previsto pela Constituição Federal e pela lei de criação da EBC.

5.2 Quantificação dos dados

A coleta das reportagens veiculadas pelo Repórter Brasil durante todo o mês de outubro de 2016 contabilizou um total de 405 conteúdos, os quais estão listados no Apêndice I. A classificação desses materiais em editorias revelou que notícias com enfoque em “política e economia” foram o foco do telejornal no período estudado. Na sequência, os segmentos “internacional”, “polícia e segurança” e “saúde e comportamento” foram as que reuniram maior número de reportagens. A editoria de maior interesse para esta pesquisa, a de cultura, somou 37 matérias, ficando em quarta posição como um dos eixos temáticos mais explorados pelo Repórter Brasil. Em “cidadania” foi agrupada a mesma quantidade de conteúdos. O gráfico 1 apresenta a relação completa dos números de cada editoria.

Gráfico 1: Frequência de conteúdos por editoria (reportagens exibidas pelo Repórter Brasil em outubro de 2016).



Fonte: Elaborado pelo autor.

Como verificado, os temas culturais estão entre os assuntos de maior destaque no telejornal. São, no entanto, as reportagens sobre política, economia, polícia e segurança que protagonizam o noticiário. Debruçando-se sobre os 37 conteúdos de cultura coletados, este estudo buscou verificar como os aspectos culturais do Brasil são representados ao exterior, já que o Repórter Brasil faz parte da grade da TV Brasil Internacional. Para tanto, foi investigado se os elementos culturais abordados pelo telejornal são unicamente de ordem nacional ou se houve a divulgação de expressões regionais, conforme exigido pela Constituição Federal (artigo 221). Com base em unidades de registro temáticas, as reportagens foram classificadas em categorias e subcategorias, como expõe o quadro 7.

Quadro 7: Codificação das reportagens de cultura exibidas pelo telejornal Repórter Brasil em outubro de 2016.

Título	Unidades de registro (núcleos de sentido)	Categoria	Subcategoria
Hoje é o aniversário de 138 anos do Bixiga	“...Alguns artistas têm que usar rapel ou pintar dos topos dos prédios. No dia do grafite do Bixiga , todos estão convidados a deixar sua marca no pelas ruas do bairro... ”	Cultura Regional	Artes
Exposição, na casa França Brasil, traz o universo dos orixás	“...retratou o culto aos orixás na Bahia e no Recife [...] Nas imagens, religião, sincretismo e arte popular são abordados a partir do universo dos orixás: deuses africanos cultuados nas religiões afro-brasileiras como umbanda e candomblé...”	Cultura Regional	Fotografia
Destaques do Prêmio do Cinema Brasileiro	“O teatro mais famoso do Rio de Janeiro iluminado para receber as estrelas do cinema nacional [...] artistas, diretores, produtores, roteiristas e técnicos foram ao teatro municipal para participar do grande prêmio do cinema brasileiro , uma espécie de Oscar do país...”	Cultura Nacional	Cinema
Começa a 18ª edição do Festival de Cinema do Rio de Janeiro	“...Ao todo, 250 filmes de mais de 60 países vão ser exibidos em vinte locais da cidade até o dia dezesseis de outubro...”	Relação intercultural	Cinema
Festival de Cinema do Rio aproxima público de quem faz o cinema	“...é um festival que tem uma projeção nacional, internacional . Traz nomes muito importantes do nosso cinema e de fora . É um festival que também apresenta e mobiliza a cidade...”	Relação intercultural	Cinema
Poeta do rock brasileiro Renato Russo morria há exatamente 20 anos	“...Nos anos oitenta, a Legião com Renato nos vocais conquistaria todo o país . [...] Os temas iam da crítica social, como em que país é esse, aos dilemas da juventude em canções que se tornaram clássicos do rock brasileiro... ”	Cultura Nacional	Música
No Maranhão,	“...De acordo com a Associação Brasileira		Gestão

vaqueiros protestam contra proibição da vaquejada	de Vaquejada, a prática que surgiu há séculos nas fazendas do sertão do país é cultural...”	Cultura Regional	
Tom Zé nasceu há exatos 80 anos	“...Embora não tenha se tornado um campeão de vendas, como os companheiros da tropicália Gil e Caetano, Tom Zé conquistou grande reconhecimento nacional e da crítica...”	Cultura Nacional	Música
Religiosos comemoram a passagem do Círio de Nazaré, em Belém do Pará	“Ligada ao povo por uma longa corda onde cabe todos os pedidos e a esperança de que a fé é capaz de operar milagres [...] A festa está também nas homenagens, nos tradicionais fogos e nos corais na rua Presidente Vargas ”	Cultura Regional	Tradição
Artista de um bairro pobre do Rio vai ter as obras expostas no museu do Louvre	“... A inspiração para as telas vem das lembranças do passado, como manifestações da cultura popular brasileira [...] Leo recebeu um convite para expor duas telas no Louvre [...] que fica em Paris, na França... ”	Relação intercultural	Artes
Cidade de Laranjeiras, em Sergipe, se transforma no palco de uma festa centenária	“...Laranjeiras, lugar conhecido como berço da cultura popular sergipana . É onde acontece a maior manifestação cultural a céu aberto do estado... ”	Cultura Regional	Tradição
Iniciativas buscam incentivar o hábito da leitura	“Para estimular o gosto pelos livros, uma escola no Rio criou uma biblioteca na rua. Nela é possível pegar qualquer obra de graça e também contribuir com outras.”	Cultura Regional	Literatura
Riomarket termina nesta quarta-feira, no Rio de Janeiro	“A nova geração de produtores de cinema pode estar nos corredores desse prédio histórico no Flamengo, zona sul do Rio [...]”	Cultura Regional	Gestão
Fiéis lotam santuário de Aparecida em São Paulo no dia da padroeira do Brasil	“Fiéis lotam santuário de Aparecida em São Paulo no dia da padroeira do Brasil... ”	Cultura Nacional	Tradição
Jovens escoteiros visitam comunidade indígena , no Amazonas	“...Com o objetivo de mostrar outro estilo de vida para as crianças, os escoteiros da associação [...] realizaram uma ação solidária voltada para os pequenos da aldeia “riuí” [...] No local, moram integrantes de cinco etnias...”	Relação intercultural	Tradição
Exposição apresenta o universo criativo da arquiteta Lina Bo Bardi	“...reúne objetos vindo do mercado de Salvador . Uma das figuras representa Exu, divindade do candomblé que fascinava a arquiteta. Lina viveu cinco anos no nordeste , onde a simplicidade da cultura popular a inspirou...”	Cultura Regional	Artes
Exposição conta a	“Logo na entrada uma imersão no Brasil		Artes

trajetória do Banco do Brasil	dos tempos dos primeiros moradores [...]outra parte do museu vai exibir o acervo de obras de arte do banco, que até então ficavam longe do público. Preciosidades como Di Cavalcanti, Djanira, Carlos Bracher, Athos Bulcão...”	Cultura Nacional	
Profissionais e alunos da escola de música do Maranhão reclamam de falta de apoio	“...a escola de música do Maranhão é referência em ensino técnico de música do estado , mas atualmente encontra-se com vários problemas estruturais...”	Cultura Regional	Gestão
Flica leva título de evento literário mais charmoso do Brasil	“Durante quatro dias, a cidade histórica de Cachoeira, no recôncavo baiano , se transforma na terra da Flica. Em cada canto é possível respirar os ares da festa literária...”	Cultura Regional	Literatura
60 anos de o Encontro Marcado, de Fernando Sabino	“...A obra lançada em 1956, mexeu com a cidade e com toda uma geração [...] Encontro Marcado foi livro de cabeceira de milhares de jovens do final dos anos cinquenta.”	Cultura Nacional	Literatura
Rio ganhou mais uma estátua nesse fim de semana: uma representação de Mercedes Batista	“...O monumento homenageia uma das mais importantes bailarinas e coreógrafas do país . [...] Foi uma militante ativa pelo reconhecimento e integração de atores e dançarinos negros no cenário artístico brasileiro ...”	Cultura Nacional	Artes
Milhares de cariocas visitam exposição do mestre do Cubismo, Pablo Picasso	“Um passeio por toda a carreira do pintor espanhol Pablo Picasso . [...] São 138 trabalhos, entre quadros, gravuras e esculturas que pertencem ao museu Picasso de Paris . Quase todas as obras eram inéditas no Brasil ...”	Relação intercultural	Artes
Mais de 300 artesãos de todo país estão em São Paulo para uma feira	“...Seu Geraldo é artesão há trinta anos e veio do Distrito Federal para participar desta feira em São Paulo [...] Um dos principais desafios para o artesanato brasileiro é a comercialização...”	Cultura Nacional	Gestão
Começa, em São Paulo, a Mostra Internacional de Cinema	“...mostra é uma verdadeira maratona cinematográfica com mais de 300 filmes de 50 países e exibidos em 40 locais diferentes de São Paulo ...”	Relação intercultural	Cinema
Exposição conta a história dos países africanos de onde vieram os escravos para o Brasil	“...César Fraga também encontrou diversos traços comuns que unem o Brasil com a África [...] Eu vi muito de Brasil lá. Eu até brinco que a MPB tava muito lá...”	Relação intercultural	Fotografia
Começou, em Brasília, a 3ª Bienal Brasil do Livro e da Leitura	“...Esta seção de contação de histórias é uma das atividades da terceira bienal Brasil do livro e da leitura, que vai até o dia 30 de outubro...”	Cultura Nacional	Literatura

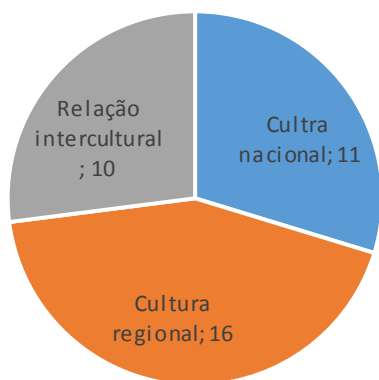
Em Maceió, na exposição "A Lágrima das Coisas", as cores são protagonistas	"...A lágrima das coisas é uma exposição na qual os objetos ganham significados distintos nas obras da artista alagoana Hilda Moura , que fala da relação entre a infância e a vida adulta..."	Cultura Regional	Artes
Milhares de vaqueiros protestam, na Esplanada dos Ministérios, contra a proibição da vaquejada	"...Marcio participa das vaquejadas desde os sete anos de idade e veio para Brasília ontem à noite com os amigos vaqueiros da Paraíba [...] É a cultura nordestina. O nordestino sem a vaqueja não é nordestino... "	Cultura Regional	Gestão
Anima Mundi vai exibir lançamento de projeto de animação da Google	"...Produções de 45 países vão ser apresentadas no festival, que é o maior evento de animação das Américas [...] lançamento do filme brasileiro Peixonauta, que é baseado na série que tem o mesmo nome e é exibido na TV Brasil..."	Relação intercultural	Cinema
Exposição em Embu das Artes, em SP, homenageia o grande artista Aurino Bonfim,	"...Aurino Bonfim, homenageado nesta exposição em Embu das Artes , na grande São Paulo. Carioca do subúrbio do Rio, ele começou a pintar em 1978. No ano seguinte, foi para Embu das Artes, onde se dedicou à pintura... "	Cultura Regional	Artes
Salvador ganha dez painéis gigantes pintados por artistas da cidade	"...As ruas da cidade baixa estão com mais cor, graças aos painéis que expressam a cultura baiana [...] O objetivo é investir no turismo do setor e valorizar os artistas baianos... "	Cultura Regional	Artes
Fiéis de todo o país celebraram, hoje, o dia de São Judas Tadeu	"...O dia 28 de outubro é a data em que a comunidade católica faz homenagem ao chamado santo das causas impossíveis..."	Cultura Nacional	Tradição
Conheça o Ecomuseu do Cipó, próximo a Belo Horizonte	"...O museu fica em Jaboticatubas , quase na divisa com Santana do Riacho, aos pés da Serra do Cipó. [...] pouco mais de dez comunidades rurais se estabeleceram na região há muitos anos. É a história e a cultura dessas comunidades que o museu ajuda a preservar..."	Cultura regional	Tradição
Exposição apresenta peças indígenas preservadas pelo Museu de Arqueologia e Etnografia da USP	"...são artistas que trabalham já com essas sociedades indígenas e é pra gente se aproximar do acervo do MAE pela via contemporânea também [...] como a gente se relaciona com essas etnias indígenas hoje em dia..."	Relação intercultural	Tradição
Em São Paulo, outra festa estrangeira reuniu muita gente: foi o "Día de los Muertos"	"...No mundo todo a celebração é cada vez mais famosa. Em São Paulo , adultos e crianças se encantaram com os símbolos e o significado do dia [...] Este [altar dos mortos] uniu o México e o Brasil... "	Relação intercultural	Tradição

Pesquisa mostra aumento no número de jovens entre 18 e 24 anos que tem o hábito da leitura	“...O crescimento da venda de livros entre os jovens pode ajudar na mudança de um preocupante cenário brasileiro ...”	Cultura Nacional	Literatura
Conheça a história da arte dos bonecos	“... Minas Gerais é conhecida nacional e internacionalmente pelos bonecos. Um desses talentos mineiros é o girino. Há 10 anos em atividade, o grupo mescla bonecos, objetos, sombras, figuras...”	Cultura Regional	Teatro

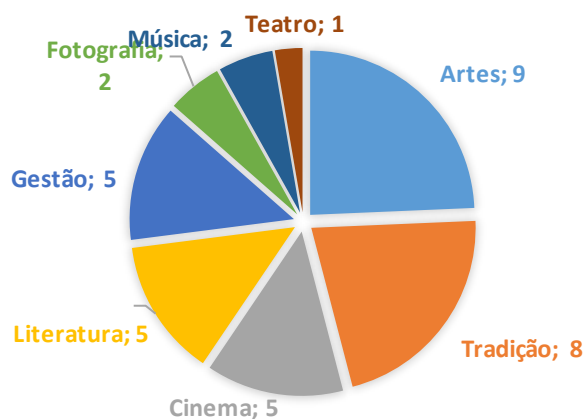
Fonte: Elaborado pelo autor.

A partir desse trabalho de codificação, pôde-se identificar quais temas abordados pelo telejornal Repórter Brasil se remetem a uma noção de cultural nacional ou regional, mesmo que essa diferenciação não tenha sido feita explicitamente pelos jornalistas. Ademais, identificou-se quais são os conteúdos que apresentaram uma interação entre duas realidades, sem se limitar a uma única dimensão espacial ou cultural. Desse modo, as etapas de inferência e de interpretação dos dados coletados serão responsáveis por apontar quais aspectos culturais presentes no Brasil são apresentados e promovidos no exterior pela TV Brasil Internacional.

Gráfico 2: Frequência de reportagens em cada categoria. Gráfico 3: Frequência por elementos culturais.



Fonte: Elaborado pelo autor.



Fonte: Elaborado pelo autor.

Por hora, a codificação indica a sobreposição de notícias que abrangem as culturas regionais do país sobre as que representam aspectos de uma cultura considerada de dimensão nacional. Com uma frequência semelhante aos temas nacionais, aparecem os assuntos que designam a relação entre diferentes realidades culturais, conforme o gráfico 2. Contabilizou-se ainda que as reportagens com enfoque em artes, tradição (religiões e estilos de vida), cinema e literatura foram as que ocorreram com maior frequência, como expõe o gráfico 3.

5.3 A representação dos aspectos culturais do país

5.3.1 Cultura nacional

As reportagens classificadas como pertinentes a uma noção de cultura nacional contribuem para a construção de sentidos sobre qual é a cultura e a identidade do Brasil como um todo. As reportagens contidas nessa categoria 1) indicam a ideia de cultura nacional que permeia a produção do telejornal e 2) demonstram se elas rompem ou fortalecem os estereótipos consolidados sobre o país. O quadro 8 exibe as 11 reportagens alocadas no grupo “cultura nacional” divididas em suas respectivas subcategorias.

Quadro 8: Categoria “cultura nacional” e subcategorias.

Artes
Exposição conta a trajetória do Banco do Brasil
Rio ganhou mais uma estátua nesse fim de semana: uma representação de Mercedes Batista
Cinema
Destques do Prêmio do Cinema Brasileiro
Gestão
Mais de 300 artesãos de todo país estão em São Paulo para uma feira
Literatura
60 anos de o Encontro Marcado, de Fernando Sabino
Começou, em Brasília, a 3ª Bienal Brasil do Livro e da Leitura
Pesquisa aumentou no número de jovens entre 18 e 24 anos que tem o hábito da leitura
Música
Poeta do rock brasileiro Renato Russo morria há exatamente 20 anos
Tom Zé nasceu há exatos 80 anos
Tradição
Fiéis lotam santuário de Aparecida em São Paulo no dia da padroeira do Brasil
Fiéis de todo o país celebraram, hoje, o dia de São Judas Tadeu

Fonte: Elaborado pelo autor.

Dentro da subcategoria **artes**, a primeira reportagem considerada é a que trata sobre uma exposição no Centro Cultural Banco do Brasil (CCBB), em Brasília. De acordo com a transcrição do conteúdo, a exibição conta a história do banco desde a vinda da corte portuguesa para o Brasil, em 1808, e expõe o acervo de obras de arte da instituição, o qual reúne obras de Di Cavalcanti, Djanira, Carlos Bracher e Athos Bulcão. É destacado que esses são artistas importantes pois representam a brasilidade. Este termo sintetiza os elementos que compõem a noção de identidade cultural do brasileiro. Nesse sentido, a reportagem fornece a noção de que essas obras simbolizam a dimensão cultural de todo o país e reforça a ideia de

que esses são artistas nacionais. Além disso, a convergência destacada entre a história do banco e a história do país, fornece o sentido de que o Banco do Brasil é um bem da nação e de importância histórica e cultural para todo o país. Os elementos visuais da matéria, conforme demonstram a figura 2 e 3, se limitam ao espaço físico do CCBB e às obras em exibição, evidenciando o interesse do público pela exposição.

Figura 2: Reportagem Banco do Brasil.



Fonte: Cópia da tela.

Figura 3: Reportagem Banco do Brasil.



Fonte: Cópia da tela.

A segunda reportagem da subcategoria notícia a inauguração da escultura de bronze de Mercedes de Batista no largo de São Francisco da Prainha, no Rio de Janeiro. O texto relata que “o monumento homenageia uma das mais importantes bailarinas e coreógrafas do país”, conta a sua trajetória, destaca o fato de ela ter sido “uma militante ativa pelo reconhecimento e integração de atores e dançarinos negros no cenário artístico brasileiro” e menciona sua participação em trabalhos no cinema e na televisão. A matéria define Mercedes como uma personalidade de dimensão nacional e expõe sua relevância para a classe dos artistas negros do Brasil. Composta por imagens da estátua e de fotos de Mercedes, como indicam as figuras 4 e 5, a reportagem, portanto, a representa como uma figura emblemática da cultura nacional.

Figura 4: Reportagem Mercedes de Batista.



Fonte: Cópia da tela.

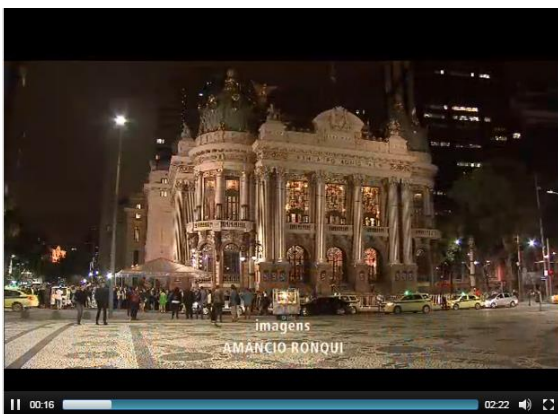
Figura 5: Reportagem Mercedes de Batista.



Fonte: Cópia da tela.

Partindo para a subcategoria **cinema**, a matéria sobre o Prêmio de Cinema Brasileiro, realizado no Teatro Municipal do Rio de Janeiro, salienta a semelhança do evento com o Oscar e narra que a cerimônia recebeu as “estrelas do cinema nacional”, referindo-se aos artistas que estiverem presentes. Além disso, a reportagem expõe os concorrentes e vencedores das principais categorias da premiação e sublinha o nome dos diretores Anna Muylaert, Daniel Filho, Guilherme Fontes e Domingos de Oliveira, e das atrizes Camila Márdila e Regina Casé. São citados os filmes “Que horas ela volta”, “Chatô, o Rei do Brasil” e “Infância”. Nesse caso, o telejornal apresenta um grupo de obras, de produtores e de artistas de cinema que foram estabelecidos pelo evento. O fato de se tratar de uma premiação de âmbito nacional faz com que os filmes e personalidades vencedoras se tornem portadores de um prestígio que os simbolizam como expoentes de um cenário cinematográfico dito brasileiro. Esse sentido é reforçado pela reportagem por meio da utilização, por exemplo, da expressão as “estrelas do cinema nacional”. De modo geral, ela ajuda a consolidar os premiados como elementos representantes da cultura do país. As figuras 6 e 7 sintetizam as imagens exibidas da cerimônia, as quais se restringem a cenas do exterior e interior do teatro, mostrando a entrada dos convidados e a entrega dos prêmios.

Figura 6: Reportagem Prêmio de Cinema Brasileiro



Fonte: Cópia da tela.

Figura 7: Reportagem Prêmio de Cinema Brasileiro



Fonte: Cópia da tela.

A subcategoria **gestão** é composta pela notícia sobre a feira organizada pelo Sebrae na cidade de São Paulo. O objetivo da iniciativa é chamar a atenção de artesãos para a importância de se especializar para que aprendam “como formar o preço, como divulgar o produto, com vender o seu produto, como encontrar os parceiros”. A matéria apresenta dados sobre a expansão do setor da economia criativa no mundo e aponta que “um dos principais desafios para o artesanato brasileiro é a comercialização”. Embora a feira seja realizada em São Paulo, é destacado que a abrangência do evento é nacional, recebendo pessoas de todo o

país. A informação é validada por meio da apresentação de dois personagens: um artesão do Distrito Federal e uma artesã do Espírito Santo. Embora os elementos visuais exibam os artistas e suas produções, como mostram as figuras 8 e 9, seu enfoque é o caráter comercial do artesanato. Dessa maneira, a representação dos aspectos culturais do Brasil contida nessa reportagem contempla a importância do artesanato como fonte de renda de milhares de brasileiros e, ao mesmo tempo, evidencia a importância em se capacitar os artesãos para que possam gerir seus negócios. Portanto, a matéria justifica a relevância da feira para o ramo do artesanato no país.

Figura 8: Reportagem feira para artesãos.



Fonte: Cópia da tela.

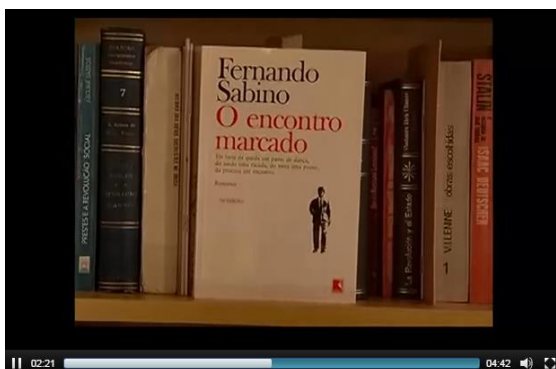
Figura 9: Reportagem Feira para artesãos.



Fonte: Cópia da tela.

O subgrupo **literatura** reúne três reportagens. A primeira trata sobre os 60 anos da obra “O encontro marcado”, do escritor mineiro Fernando Sabino. O texto apresenta um resumo da trama e é apoiado por imagens de Belo Horizonte, cidade onde se passa a história e onde estão as estátuas, como exibe a figura 11, de Fernando Sabino e dos escritores Hélio Pellegrino e Otto Lara Resende, os quais também integram o enredo. Apesar de a matéria destacar a relação do livro com a capital mineira, o que o torna notícia é o fato de ele ter feito sucesso em todo o país. A repórter afirma que a obra “ficou marcada na literatura”, que esse “foi o livro de cabeceira de milhares de jovens do final dos anos cinquenta” e que ele conta com 74 edições. Assim, apreende-se que “O encontro marcado” transcendeu seu espectro regional e consagrou-se como um representante da literatura nacional.

Figura 10: Reportagem Fernando Sabino.



Fonte: Cópia da tela.

Figura 11: Reportagem Fernando Sabino.



Fonte: Cópia da tela.

O conteúdo seguinte diz respeito à terceira edição da Bienal Brasil do Livro e da Leitura, realizada em Brasília. De acordo com o repórter, o evento dispõe de muitas atrações culturais, sendo o livro o seu protagonista. Mais de 170 stands, entre editoras, distribuidoras e livrarias reúnem obras de ficção, infantis e histórias em quadrinhos. Aponta-se ainda que nomes “de peso” e outros “menos conhecidos” compõem a lista de autores. Por fim, apresenta-se o personagem Abrão, cordelista do Ceará que “exibe com orgulho o texto que fez para a cidade sede da bienal”, conforme a figura 13. O telejornal dá visibilidade a um evento que é de abrangência nacional, já que ele carrega o nome do país e conta com produções literárias oriundas de diferentes cantos do Brasil. Com base nos elementos textuais e visuais da matéria, verifica-se que a diversidade de estilos literários é observada, com destaque para o cordel e para o fato de que autores consagrados e outros que não são conhecidos nacionalmente integrem a bienal. Ao ser transmitida pela TV Brasil Internacional, a notícia representa ao exterior um país literariamente plural e pode produzir uma certa noção sobre o valor que a leitura tem para os brasileiros.

Figura 12: Reportagem Bienal.



Fonte: Cópia da tela.

Figura 13: Reportagem Bienal.



Fonte: Cópia da tela.

A relação entre brasileiros e a leitura é retratada pela terceira reportagem, a qual informa que “o número de leitores na faixa etária entre os 18 e 24 anos aumentou nos últimos quatro anos. Em 2011, eram 53%, já em 2015 o número pulou para 67%”. Entretanto, o texto salienta que, de acordo com a última pesquisa do Instituto Pró-livro, “30% da população nunca comprou um livro” e um especialista afirma que “o livro ainda não é visto como algo de valor para a maior parte da população”. As imagens se resumem à exibição de livros, como mostra a figura 14, e de pessoas lendo. Além disso, a matéria é encerrada por uma passagem da repórter na qual ela cheira um livro, conforme a figura 15, após dizer que “Folhear, sentir o cheiro [...] Entre os que compraram livros por vontade própria, 16% preferem o impresso e apenas 1% o e-book”. Portanto, com base em dados, essa reportagem expõe um paradoxo que envolve o avanço nos hábitos de leitura dos brasileiros e o desinteresse de parte considerável da população pela prática. Essa notícia fornece um panorama mais complexo da realidade literária do Brasil no que concerne ao campo literário.

Figura 14: Reportagem hábitos de leitura.



Fonte: Cópia da tela.

Figura 15: Reportagem hábitos de leitura.



Fonte: Cópia da tela.

Em relação ao subgrupo **música**, ele conta com uma matéria sobre os 20 anos do falecimento do cantor Renato Russo. É relatado um resumo da trajetória do artista, abrangendo desde a sua adolescência em Brasília, passando pela formação da banda Legião Urbana e chegando ao episódio de sua morte em 1996. O conteúdo é ilustrado por vídeos e fotografias de Renato Russo, como demonstram as figuras 16 e 17. Embora a reportagem não explicitamente que o cantor represente a esfera nacional da música brasileira, pode-se inferir que o fato de seu falecimento ser lembrado pelo telejornal se deva à ampla projeção que o artista e suas músicas têm no país. Dessa maneira, o noticiário fomenta o seu valor enquanto símbolo da cultura musical do Brasil.

Figura 16: Reportagem Renato Russo.



Fonte: Cópia da tela.

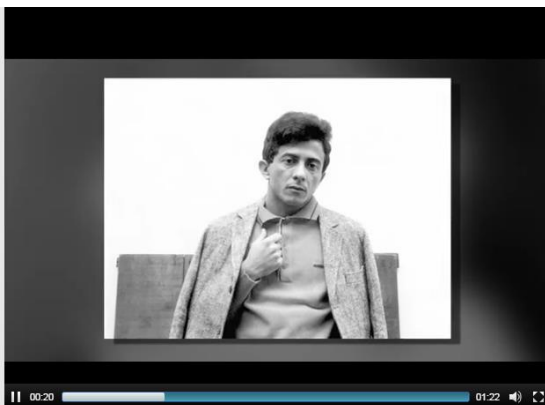
Figura 17: Reportagem Renato Russo.



Fonte: Cópia da tela.

Esse mesmo sentido é atribuído à segunda matéria de ordem musical, a qual noticia o aniversário de 80 anos do cantor Tom Zé. Assim como no caso anterior, essa produção também foca no histórico do artista e limita-se a apresentar fotos dele, como evidenciam as figuras 18 e 19. O texto reporta que Tom Zé integrou a Tropicália, ao lado de Gilberto Gil e Caetano Veloso e que seu álbum de 1998 foi listado entre os mais importantes do ano pelo jornal *The New York Times*. Ao fazer menção à Tropicália, movimento musical que povoa o imaginário nacional como um dos aspectos que compõe a suposta cultura brasileira, a reportagem estabelece Tom Zé como figura emblemática do cenário musical do país. Além disso, atribui-lhe prestígio ao destacar que seu álbum repercutiu internacionalmente.

Figura 18: Reportagem Tom Zé.



Fonte: Cópia da Tela.

Figura 19: Reportagem Tom Zé.



Fonte: Cópia da Tela.

Por fim, a subcategoria **tradição** traz dois conteúdos sobre religião. No primeiro, é abordado o dia de Nossa Senhora Aparecida, padroeira do Brasil, tendo como enfoque a peregrinação de fiéis em direção à Basílica em Aparecida, São Paulo, como ilustra a figura 20. Observa ainda que uma multidão esteve presente no santuário com base em imagens como

a representada pela figura 19. A reportagem fortalece a noção de que o catolicismo seja uma religião de grande expressividade do Brasil tanto pelo fato de reiterar que Nossa Senhora Aparecida é a padroeira do país quanto pelas imagens que mostram o santuário lotado.

Figura 20: Reportagem Nossa Senhora Aparecida



Fonte: Cópia da tela.

Figura 21: Reportagem Nossa Senhora Aparecida



Fonte: Cópia da tela.

O segundo conteúdo, também de cunho católico, trata sobre a celebração do dia de São Judas Tadeu. A matéria apresenta histórias de fiéis que tiveram seus pedidos atendidos pelo santo, tendo como foco a festa realizada no Santuário São Judas Tadeu em Belo Horizonte. Seus elementos visuais exibem cenas da igreja, da missa e do santo, conforme demonstrado pelas figuras 22 e 23. Assim, ao afirmar que fiéis de todo o Brasil celebram a data, a dimensão nacional do catolicismo é, novamente, reforçada pelo noticiário.

Figura 22: Reportagem São Judas Tadeu.



Fonte: Cópia da tela.

Figura 23: Reportagem São Judas Tadeu.



Fonte: Cópia da tela.

Com base na análise conduzida dentro dessa categoria, infere-se que a TV Brasil Internacional, por meio do telejornal Repórter Brasil, represente determinados aspectos

culturais do Brasil fundamenta em uma noção macro de suas dimensões. Uma das principais características desse grupo de reportagens é o fato de reforçarem quem são as personalidades expoentes da cultura do país. No campo das artes, as amostram consideradas nessa categoria fizeram referência aos nomes, por exemplo, de Djanira, Di Cavalcanti e Mercedes de Batista; no do cinema, ao da atriz Regina Casé; no da literatura, do autor Fernando Sabino; e no da música, dos cantores Tom Zé e Renato Russo. A forma como tais narrativas foram construídas colocam tais personalidades como figuras emblemáticas de todo o país, percepção essa que é levada ao exterior por meio da TV Brasil Internacional. Nesse mesmo sentido seguem as matérias de cunho religioso, as quais trataram do catolicismo. Demais conteúdos, como os alocados na subcategoria gestão e literatura, expõem deficiências do setor cultural de âmbito nacional, representando-o a partir de uma realidade onde artesãos necessitam de capacitação para alavancarem a comercialização de suas produções e de um cenário onde o número de leitores ainda é considerado baixo.

A partir dos resultados parciais obtidos até o momento, pode-se concluir que a emissora estudada cumpre seu dever constitucional de promover a “cultura nacional” (art. 221), representando-a com base em personalidades, manifestações e elementos que sustentam a ideia de que existam aspectos culturais que são comuns a todos brasileiros. Nos próximos tópicos, serão produzidas inferências sobre as reportagens alocadas nas categorias “cultura regional” e “relação intercultural” e, ao final, em sede de conclusão, será possível estabelecer uma interpretação geral que responda a pergunta central desta pesquisa.

5.3.2 Cultura regional

A partir das amostras reunidas sob a categoria “cultura regional”, conforme o quadro 9, será possível identificar quais são os aspectos culturais atribuídos a regiões e grupos específicos que são promovidos pelo telejornal analisado e direcionados ao exterior. A categoria aqui em foco permitirá, sobretudo, identificar de que maneira o inciso II, do artigo 221, da Constituição é cumprido pelo noticiário exibido no canal internacional e também no nacional.

Quadro 9: Categoria “cultura regional” e subcategorias.

Artes
Hoje é aniversário de 138 anos do Bixiga
Exposição apresenta o universo criativo da arquiteta Lina Bo Bardi
Em Maceió, na exposição "A lágrima das coisas", as cores são protagonistas
Exposição em Embu das Artes homenageia o grande artista Aurino Bonfim
Salvador ganha dez painéis gigantes pintados por artistas da cidade
Fotografia
Exposição, na casa França Brasil, traz o universo dos orixás
Gestão
No Maranhão, vaqueiros protestam contra proibição da vaquejada
Milhares de vaqueiros protestam contra a proibição da vaquejada
Riomarket termina nesta quarta-feira, no Rio de Janeiro
Profissionais e alunos da escola de música do Maranhão reclamam de falta de apoio
Literatura
Flica leva título de evento literário mais charmoso do Brasil
Iniciativas buscam incentivar o hábito da leitura
Teatro
Conheça a história da arte dos bonecos
Tradição
Religiosos comemoram a passagem do Círio de Nazaré, em Belém do Pará
Conheça o Ecomuseu do Cipó, próximo a Belo Horizonte
Cidade de Laranjeiras, em Sergipe, se transforma no palco de uma festa centenária

Fonte: Elaborado pelo autor.

A subcategoria que registrou maior frequência de reportagens foi a de **artes**. A primeira delas a ser abordada faz referência ao aniversário do Bixiga, um dos bairros de São Paulo. O foco da matéria são os grafites realizados em comemoração à data. As imagens são, conforme as figuras 24 e 25, principalmente, dos muros e paredes grafitados e de algumas atividades realizadas no dia, como apresentações musicais e de dança. Um dos destaques foi a capoeira. Portanto, os aspectos culturais representados nessa reportagem se limitam a um núcleo específico da cidade de São Paulo e das produções artísticas desenvolvidas no local. Embora não tenha sido o seu foco principal, a matéria também expõe a interculturalidade presente no local por meio de imagens de uma roda de capoeira (dança geralmente associada ao estado da Bahia) e por meio da fala de um dos entrevistados, o qual afirma que o Bexiga é “lar de italianos, negros e nordestinos” e que “o bairro é marcado pela diversidade e pela efervescência cultural”.

Figura 24: Reportagem aniversário do Bixiga.



Fonte: Cópia da tela.

Figura 25: Reportagem aniversário do Bixiga.



Fonte: Cópia da tela.

A segunda reportagem trata sobre uma exposição das obras da arquiteta Lina Bo Bardi. A exibição aconteceu no Sesc Pompeia, cujo prédio que foi projetado por Lina. É dada ênfase aos elementos culturais que a inspiraram a criar seus objetos e desenhos. De acordo com a repórter, a cultura popular do nordeste foi o principal tema das criações da arquiteta. As figuras 26 e 27 sintetizam os componentes visuais dessa reportagem, os quais destacaram a estrutura do prédio do Sesc e algumas das obras expostas, como esculturas que representam divindades do candomblé. Dessa maneira, é apresentada aos telespectadores uma dimensão da cultura regional nordestina, tendo como foco um segmento religioso oriundo da África. A matéria sobre Lina Bo Bardi fornece direcionamentos capazes de gerar sentidos sobre a multiplicidade de religiões no Brasil e a desconstrução de estereótipos sobre as religiões de matriz africanas.

Figura 26: Reportagem exposição Lina Bo Bardi.



Fonte: Cópia da tela.

Figura 27: Reportagem exposição Lina Bo Bardi.



Fonte: Cópia da tela.

A subcategoria artes também inclui a notícia sobre uma exposição, realizada em Maceió, da artista alagoana Hilda Moura. De acordo com o texto transcrito, as obras expostas estão relacionadas à infância e à vida adulta. Uma das passagens do repórter, como ilustra a figura 28, tem uma das criações como pano de fundo: uma árvore branca que representa o florescer da vida. A partir dessa matéria, pode-se inferir que sua relevância para a categoria em foco reside no fato de ela promover nacional (por meio da TV Brasil) e internacionalmente (por meio da TV Brasil Internacional) o trabalho de uma artista local e que poderá passar a compor o imaginário dos telespectadores. Ao mesmo tempo que o telejornal cobre exposições de obras de artistas considerados símbolos nacionais, como verificado na análise da categoria anterior, ele também abre espaço para a divulgação de nomes contemporâneos e de eventos de dimensão regional.

Figura 28: Reportagem exposição Hilda Moura.



Fonte: Cópia da tela.

Figura 29: Reportagem exposição Hilda Moura.



Fonte: Cópia da tela.

Na sequência, foi considerada a matéria sobre uma exposição realizada na cidade de Embu das Artes, São Paulo, em homenagem ao artista Aurino Bonfim. Embora seja carioca, ele pintou a maior parte de seus quadros em Embu das Artes. É relatado, e apoiado por imagens, que os principais temas de suas pinturas foram paisagens, festas populares e brincadeiras. Assim como a matéria anterior, sobre Hilda Moura, essa também desterritorializa um artista e a exposição de dimensão regional em direção a uma esfera nacional e internacional. Além disso, os elementos visuais da reportagem, ao mostrarem os quadros de Bonfim, contribuem com a disseminação de representações sobre tradições regionais, como a festa junina.

Figura 30: Reportagem exposição Aurino Bonfim.



Fonte: Cópia da tela.

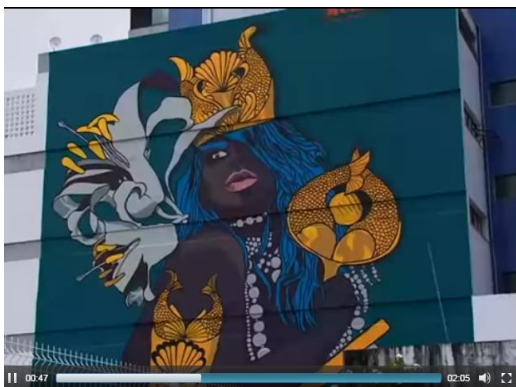
Figura 31: Reportagem exposição Aurino Bonfim.



Fonte: Cópia da tela.

O tema da última matéria alocada na subcategoria artes também está relacionado a grafites. O conteúdo noticia a criação de um projeto urbano de arte livre em Salvador. Os painéis foram pintados por artistas locais e representam, segundo o repórter, a cultura baiana. A narrativa audiovisual dá ênfase a dois desenhos: um que trata sobre a essência do feminino e o outro relacionado à cultura afro, conforme as figuras 32 e 33. Dessa maneira, a reportagem representa a cultura regional brasileira com base em elementos artísticos fixados em um espaço urbano do nordeste brasileiro, os quais foram criados por grafiteiros locais a fim de expressar suas vivências e a realidade de Salvador. Portanto, trata-se de uma divulgação que colabora com a criação de novos sentidos sobre a cidade em foco, bem como sobre a produção artística local e o que ela busca representar: a presença da cultura afro em Salvador.

Figura 32: Reportagem painéis grafitados em Salvador. Figura 33: Reportagem painéis grafitados em Salvador.



Fonte: Cópia da tela.



Fonte: Cópia da tela.

O subgrupo de **fotografia** é composto por uma única matéria, a qual aborda uma exibição, no Rio de Janeiro, do trabalho do fotógrafo francês Pierre Verger. De acordo com a

repórter, nas fotos, “religião, sincretismo e arte popular são abordados a partir do universo dos orixás: deuses africanos cultuados nas religiões afro-brasileiras como umbanda e candomblé”. Além disso, o artista brasileiro de origem Argentina, Caribé, também é citado. A exposição conta com dez painéis em madeiras criados pelo artista, cada um deles representando um orixá. O curador da mostra, ao ser entrevistado, afirma que “esses artistas, na verdade, inventaram parte do que a gente chama de brasilidade e constituíram a ideia de Bahia que a gente tem hoje”. Essa matéria carrega um viés intercultural, pois tratam-se de fotos que retratam uma tradição cultural da qual o fotógrafo não faz parte. No entanto, ela foi inserida na categoria “cultura regional” pelo fato de focar nos elementos que compõem as fotografias e obras exibidas: os orixás, elementos de religiões de matrizes africanas. Portanto, esse tema é novamente abordado pelo telejornal, reforçando a diversidade de expressões religiosas e culturais no Brasil. A exposição fornece sentidos sobre o nordeste brasileiro por meio das representações contidas nas fotografias do Outro, o francês Pierre Verger, contribuindo para a desconstrução de estereótipos sobre religiões de matriz africana.

Figura 34: Reportagem exposição universo dos orixás.



Fonte: Cópia da tela.

Figura 35: Reportagem exposição universo dos orixás.



Fonte: Cópia da tela.

Partindo para a subcategoria **gestão**, a qual é composta por quatro reportagens, verifica-se a presença de duas matérias que abordam a proibição de vaquejadas pelo Supremo Tribunal Federal e a reação dos vaqueiros. Exibidas em dias diferentes, a primeira delas relata que o STF julgou inconstitucional uma lei do Ceará que regulamentava as vaquejadas. A prática foi proibida porque laudos apontam que os animais utilizados são mutilados e que sofrem maus-tratos. A matéria mostra uma manifestação no Maranhão contra a decisão e destaca que a decisão do STF foi considerada superficial pelos vaqueiros e que essa é uma prática cultural do sertão do Brasil, como ilustra a figura 37. A segunda reporta as manifestações realizadas em Brasília contra a proibição da vaquejada. Um representante do

grupo de vaqueiros da Paraíba que protestava na esplanada afirmou em entrevista que a prática é “cultura nordestina” e que “o nordestino sem a vaquejada não é nordestino”. A narrativa também destacou que “as quatro mil vaquejadas realizadas por ano no Brasil movimentam a economia de milhares de cidades, principalmente na região nordeste”. Com base nesses dois conteúdos, pode-se inferir que a cultura regional também é representada pelo noticiário a partir de esferas conflitantes. Trata-se do enfretamento entre uma tradição nordestina e o entendimento de que essa prática é prejudicial aos animais. A partir desse cenário, dois aspectos principais podem ser apontados: 1) a cultura é representada como um fenômeno não-absoluto, ou seja, evidencia-se que práticas culturais não estão imunes a questionamentos e a sanções legais quando extrapolam, por exemplo, direitos fundamentais; e 2) a resistência dos vaqueiros reflete a luta pela preservação de uma atividade que carrega tanto um valor cultural quanto econômico. Portanto, ao mostrarem os dois posicionamentos sobre o assunto, as matérias contribuem para a produção de sentidos sobre essa expressão cultural regional, suas contradições e sobre uma noção de identidade nordestina.

Figura 36: Reportagem proibição vaquejadas I.



Fonte: Cópia da tela.

Figura 37: Reportagem proibição vaquejada I.



Fonte: Cópia da tela.

Figura 38: Reportagem proibição vaquejada II.



Fonte: Cópia da tela.

Figura 39: Reportagem proibição vaquejada II.



Fonte: Cópia da tela.

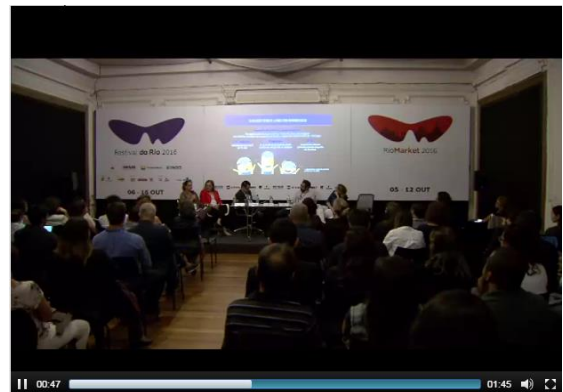
Na subcategoria gestão, também encontra-se uma matéria sobre a Riomarket, evento realizado no Rio de Janeiro em paralelo ao festival de cinema. É reportado que o espaço é destinado aos negócios, oferecendo palestras, workshops e seminários voltados à produção audiovisual. A razão pela qual esse conteúdo foi incorporado à categoria “cultura regional” se deve à dimensão do evento, a qual se concentra no Rio de Janeiro. Dessa maneira, essa reportagem representa a existência de iniciativas que fomentem o desenvolvimento regional da produção audiovisual e forneçam perspectivas sobre as relações entre cultura e mercado.

Figura 40: Reportagem Riomarket.



Fonte: Cópia da tela.

Figura 41: Reportagem Riomarket.



Fonte: Cópia da tela.

A última reportagem inclusa no subgrupo gestão trata de uma tradicional escola de música em São Luiz, do Maranhão com problemas de infraestrutura. É informado que o prédio onde está situada a escola, e que é tombado pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, encontra-se com mofo, infiltrações e rachaduras no forro e telhado. Afirma-se ainda que os problemas prejudicaram o cronograma acadêmico da instituição. Como mostram as figuras 42 e 43, os elementos visuais da matéria exibem o prédio e suas falhas. Infere-se a partir desse conteúdo que o telejornal representa o cenário precário no cenário cultural em São Luiz, em específico referente à escola de música. Assim, evidencia-se a necessidade de apoio para o desenvolvimento e manutenção de projetos culturais. Ademais, a matéria apresenta um importante prédio histórico da cidade, o qual poderá passar a compor o imaginário dos telespectadores sobre o local.

Figura 42: Reportagem escola da música em São Luiz.



Fonte: Cópia da tela.

Figura 43: Reportagem escola de música em São Luiz.



Fonte: Cópia da tela.

As duas reportagens presentes na subcategoria **literatura** não se referem a obras ou escritores específicos. Na verdade, elas abordam a existência de projetos que visam divulgar a literatura e estimular a leitura. A primeira narrativa trata do início da Flica, feira literária realizada na cidade histórica de Cachoeira, na Bahia. Além de destacar as expectativas do público com o evento, também são destacadas algumas atividades de sua programação. A segunda matéria apresenta o projeto “ida e volta”, criado por uma escola no Rio de Janeiro há seis anos a fim de incentivar a prática da leitura. O acervo da biblioteca na rua, ilustrado pelas figuras 46 e 47, é fruto de doações da comunidade. Portanto, a partir desses dois conteúdos, infere-se que a divulgação da Flica e do projeto “ida e volta” representem esforços isolados voltados à promoção da leitura. Essa dimensão está presente, principalmente, na segunda matéria, pois ela expõe dados sobre o déficit de leitura no Brasil. Desse modo, são expressas iniciativas presentes no Rio de Janeiro e em Cachoeira que buscam incentivar a formação de leitores e, no caso específico da Flica, divulgar autores, obras e estilos literários por meio de suas atividades.

Figura 44: Reportagem Flica.



Fonte: Cópia da tela.

Figura 45: Reportagem Flica.



Fonte: Cópia da tela.

Figura 46: Reportagem projeto ida e volta.



Fonte: Cópia da tela.

Figura 47: Reportagem projeto ida e volta.



Fonte: Cópia da tela.

A única representante do subgrupo **teatro** conta a história da arte dos bonecos. Tradicionalmente, eles eram utilizados para encenar momentos importantes do catolicismo, como a paixão de Cristo. De acordo com a matéria, foi no nordeste que essa modalidade teatral ganhou sua forma mais popular. O foco da reportagem é nos grupos de teatro de Minas Gerais, estado conhecido, segundo a reportagem, nacional e internacionalmente por seus bonecos. Geralmente, essa expressão cultural não costuma fazer parte das noções comuns sobre a identidade regional mineira. Pode-se afirmar que a narrativa revela para o grande público a tradição do teatro de bonecos em Minas Gerais e representa a relevância da prática no cenário internacional, já que é afirmado que grupos mineiros já foram premiados fora do Brasil.

Figura 48: Reportagem teatro de bonecos.



Fonte: Cópia da tela.

Figura 49: Reportagem teatro de bonecos.



Fonte: Cópia da tela.

Uma das matérias que compõe a última subcategoria, **tradição**, é de cunho religioso. Ela aborda a procissão em homenagem à Nossa Senhora de Nazaré, realizada em Belém do Pará. A narrativa enfatiza o grande número de fiéis que participaram do evento, como indicado pela figura 51. Apresenta ainda diferentes entrevistas de pessoas que estiveram lá

para pagar promessas e fazer pedidos. Dessa maneira, Belém é representada como um local onde o catolicismo é expressivo, fato ilustrado pela comoção dos fiéis expressa pela narrativa.

Figura 50: Reportagem Nossa Senhora de Nazaré.



Fonte: Cópia da tela.

Figura 51: Reportagem Nossa Senhora de Nazaré.



Fonte: Cópia da tela.

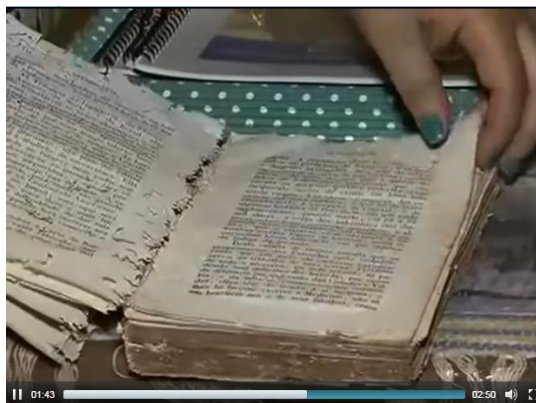
A segunda matéria dessa subcategoria noticia a criação de um museu no Parque Nacional da Serra do Cipó, na área rural da cidade de Jaboticatubas, a 94 quilômetros de Belo Horizonte, Minas Gerais. É relatado que além das belezas naturais, o local também conta com construções históricas, incluindo a primeira fazenda da região. Foi lá que os moradores se uniram e fundaram o Ecomuseu do Cipó. O seu acervo reúne mais de mil bens materiais e imateriais que contam a história das comunidades rurais que lá se fixaram há muitos anos. A figura 52 mostra a fachada do museu e a figura 53 exhibe um livro que faz parte do acervo, o qual tem informações sobre como eram tratados os escravos da fazenda. O aspecto central dessa narrativa é a representação sobre a importância da memória local. A criação do museu e a sua repercussão midiática colocam em evidência a busca pela preservação da história e da cultura rural daquela área. A oralidade e os objetos antigos são os principais meios que possibilitaram a constituição do museu. Assim, é reportado o valor da memória dos moradores daquela região e a relevância de suas histórias.

Figura 52: Reportagem Ecomuseu do Cipó.



Fonte: Cópia da tela.

Figura 53: Reportagem Ecomuseu do Cipó.



Fonte: Cópia da tela.

O último conteúdo do subgrupo tradição trata de uma festa centenária realizada em Laranjeira, no Sergipe. A repórter afirma que a cidade é conhecida como o berço da cultura popular sergipana e que a festa anual em destaque é a maior manifestação cultural a céu aberto do estado. A celebração consiste em um cortejo pelas ruas da cidade e boa parte das pessoas usam vestes típicas e têm o corpo pintado, como demonstram as figuras 54 e 55. A festa, de acordo com a passagem da repórter, “encena o que a cidade vivenciou historicamente no Brasil Colônia, quando os donos de engenho contratavam os índios para recapturar os negros que fugiam das fazendas.” Nessa reportagem, também nota-se a presença da questão da memória. Por meio de uma manifestação cultural e tradicional, busca-se preservar a história vivenciada pela região durante o período da escravidão. A cidade do interior do Sergipe é representada como referência cultural do estado, carregando ainda um viés turístico, já que é relatado que centenas de turistas viajam até a cidade para participar da festa. Portanto, o evento popular e tradicional de Laranjeira é representado como símbolo da esfera cultural sergipana.

Figura 54: Reportagem festa em Laranjeira.



Fonte: Cópia da tela.

Figura 55: Reportagem festa em Laranjeira.



Fonte: Cópia da tela.

Diante das inferências produzidas a partir das amostras reunidas dentro da categoria “cultura regional”, interpreta-se que a TV Brasil Internacional, por meio de seu noticiário, dissemina narrativas que representam expressões culturais do país que, geralmente, não compõem o imaginário estrangeiro, ou mesmo nacional, sobre o Brasil. Trata-se de elementos que integram o mosaico cultural do país e que são característicos de localidades específicas. Nesse sentido, o telejornal levou ao conhecimento de seu público referências, por exemplo, sobre o estado Bahia, dando destaque à arte do grafite na cidade de Salvador e à realização de uma feira literária. Representou também a vaquejada como uma manifestação da cultura nordestina e tratou, em determinadas matérias, sobre os orixás de modo a evidenciar seu valor religioso e cultural. A tradicional festa realizada em Laranjeiras, que celebra a herança simbólica deixada pelos escravos, e a exposição com obras da artista alagoana Hilda Moura, em Maceió, forneceram bases para se pensar o menor estado do país: Alagoas. Além disso, o noticiário relatou o descaso do governo em relação às condições precárias a um prédio histórico em São Luiz do Maranhão e expos a emoção e devoção de milhares de fiéis católicos de Belém do Pará durante a passagem da imagem de Círio de Nazaré pela cidade. Todas essas observações pontuadas aqui têm como espaço referencial as regiões norte e nordeste do Brasil. Assim, as amostras revelam que as representações sobre as culturas de tais localidades desempenham, sobretudo, funções de saber e identitária (ABRIC, 2000). Em outras palavras, elas apresentam códigos que permitem a compreensão das realidades e das identidades dos grupos dessas regiões. Portanto, as noções reducionistas e mesmo preconceituosas sobre o norte e o nordeste brasileiro e sobre as religiões de matriz africana são confrontadas pelas matérias, as quais evidenciam a complexidade presente nesses contextos.

Essa categoria ainda reúne narrativas que tratam de eventos e tradições pertinentes à região sudeste. Nesse espectro, as reportagens tratam da celebração do aniversário do Bixiga em São Paulo e expõe algumas características do bairro, aborda a exposição com obras de um artista local de Embu das Artes em São Paulo, a realização do Riomarket, evento carioca que promoveu discussões sobre o mercado audiovisual, a tradição das artes dos bonecos em Minas Gerais e o Ecomuseu criado para preservar a memória da área rural da cidade mineira de Jaboticatubas. As representações contidas nessas reportagens também carregam as funções de saber e identitária, demonstrando as particularidades culturais dessas áreas específicas.

Em suma, a análise da categoria “cultura regional” permite afirmar que o dever constitucional requerido pelo inciso II do artigo 221 é cumprido pela TV Brasil Internacional

(e TV Brasil) por meio de seu telejornal Repórter Brasil. As representações identificadas nesse grupo de amostras revelaram que elas são pautadas pelo caráter diverso da cultura do Brasil, apresentado ao público códigos com potencial para desconstruir preconceitos e estereótipos. No entanto, deve-se observar que das 10 reportagens alocadas nessa categoria, não houve nenhuma que tratasse sobre temas da região sul e centro-oeste do país. Essa verificação será discutida no fechamento deste capítulo.

5.3.3 Relação intercultural

Esta última categoria foi estabelecida para agregar aquelas reportagens que não se encaixaram dentro das classificações de “cultura nacional” ou de “cultura regional”. Elas, na verdade, tiveram como enfoque a interação entre diferentes contextos simbólicos. A análise dessa categoria poderá revelar de que maneira os aspectos culturais do Brasil integram e participam do cenário da mundialização de acordo com as representações expressadas pelo noticiário em foco.

Quadro 10: Categoria “relação intercultural” e subcategorias.

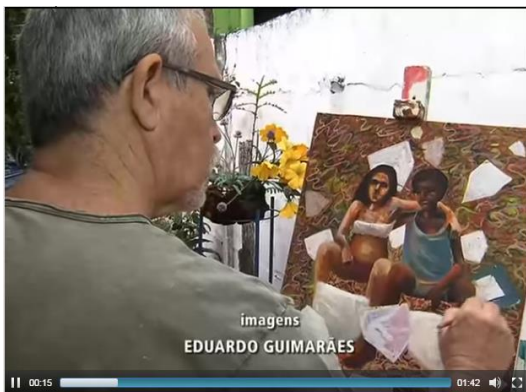
Artes
Artista de um bairro pobre do Rio vai ter obras expostas no museu do Louvre
Milhares de cariocas visitam a exposição do mestre do Cubismo, Pablo Picasso
Cinema
Começa a 18ª edição do Festival de Cinema do Rio de Janeiro
Festival de Cinema do Rio aproxima público de quem faz o cinema
Começa, em São Paulo, a Mostra Internacional de Cinema
Anima Mundi vai exibir lançamento de projeto de animação da Google
Fotografia
Exposição conta a história dos países africanos de onde vieram os escravos para o Brasil
Tradição
Jovens escoteiros visitam comunidade indígena, no Amazonas
Exposição apresenta peças indígenas preservadas pelo Museu de Arqueologia e Etnografia da USP
Em São Paulo, outra festa estrangeira reuniu muita gente: foi o "Dia de los Muertos"

Fonte: Elaborado pelo autor.

Foram consideradas duas matérias dentro da subcategoria **artes**. A primeira delas noticia o convite recibo por um artista carioca para expor suas telas no Museu do Louvre, em Paris. A narrativa destaca a origem humilde do pintor Leo Lima, que nunca frequentou uma

escola de artes, e relata que a sua principal inspiração é a cultura popular brasileira. Seu trabalho ficou conhecido após o compartilhamento de fotos de seus quadros na internet, o que acabou resultando no convite para a exposição. O que levou esse fato a se tornar notícia foi justamente a inesperada parceria firmada entre um dos principais museus do mundo e um artista brasileiro até então, pode-se dizer, desconhecido. Em outras palavras, essa história representa o fluxo desterritorializante impulsionado pelas redes sociais, meio pelo qual as obras de Lima se popularizaram. Trata-se do estabelecimento de uma conexão intercultural entre Brasil e França. Assim, as pinturas do artista e as representações culturais que elas carregam são deslocadas e passam a compor um ambiente onde elas se tornarão referência sobre o Brasil e suas culturas. Inference-se que a matéria atribui prestígio ao pintor Leo Lima por ele ter a chance de expor seus quadros no Louvre, reforçando, desse modo, a importância do museu francês.

Figura 56: Reportagem Louvre.



Fonte: Cópia da tela.

Figura 57: Reportagem Louvre.



Fonte: Cópia da tela.

A segunda matéria consiste na cobertura da exposição Picasso, realizada na cidade do Rio de Janeiro. O repórter enfatiza que a exibição foi vista por milhares de pessoas e conta sobre a história de Pablo Picasso. Além disso, afirma que o acervo, quase todo inédito no Brasil, é composto por 138 obras pertencentes a um museu de Paris. Assim como o conteúdo sobre o pintor Leo Lima, esse também trata do deslocamento internacional de obras de arte. Se na matéria anterior o fluxo foi Brasil-França, nesse caso ele se dá no eixo França-Brasil, já que os quadros expostos pertencem a um museu francês. A narrativa representa a exposição com base na interação entre o público brasileiro e as obras do artista europeu, reafirmando por meio das passagens e das entrevistas a importância internacional de Picasso no mundo das artes. Se na matéria sobre Leo Lima o museu é que atribuiu prestígio ao pintor e valor-notícia ao fato, nessa história são o artista e seus quadros os fatores de destaque.

Figura 58: Reportagem exposição Picasso.



Fonte: Cópia da tela.

Figura 59: Reportagem exposição Picasso.



Fonte: Cópia da tela.

A subcategoria **cinema** conta com o maior número de registros. De suas quatro matérias, duas tratam de um mesmo assunto: o início da 18º Festival de Cinema do Rio de Janeiro. Ambas as narrativas apresentam informações semelhantes e elementos visuais que se repetem. A diferença principal entre os conteúdos são as entrevistas exibidas. No geral, é destacado que 250 filmes de mais de 60 países serão apresentados no festival. Alguns dos filmes são pontuados com o apoio de imagens, como mostra a figura 61. Em uma das entrevistas da segunda reportagem, a fonte afirma que esse “é um festival que tem uma projeção nacional, internacional” e que “traz nomes muito importantes do nosso cinema e de fora.” A representação existente nessa reportagem também está fundamentada na dinâmica transnacional de bens simbólicos. Ela mostra o Rio de Janeiro, mais uma vez, como ponto de encontro de produções de diferentes partes do mundo. A essência internacional do festival fortalece a imagem de uma cidade inserida no contexto da globalização, aberta ao que vem de fora e disposta a dialogar com o Outro, representado pelos produtores de cinema que participam do evento. Assim, a reportagem fornece sentidos tanto sobre o festival quanto sobre determinados filmes, diretores e atores que são apresentados e entrevistados pelo repórter.

Figura 60: Reportagem Festival de Cinema I.



Fonte: Cópia da tela.

Figura 61: Reportagem Festival de Cinema I.



Fonte: Cópia da tela.

Figura 62: Reportagem Festival de Cinema II.



Fonte: Cópia da tela.

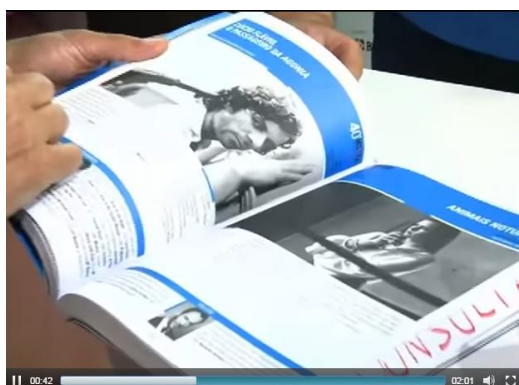
Figura 63: Reportagem Festival de Cinema II.



Fonte: Cópia da tela.

Na sequência, a outra matéria de cinema também aborda um festival, mais especificamente a Mostra Internacional de Cinema de São Paulo. A narrativa conta um pouco da história do evento, expõe os relatos de participantes e enfatiza que “a mostra é uma verdadeira maratona cinematográfica com mais de 300 filmes de 50 países e exibidos em 40 locais diferentes.” Segundo um dos entrevistados, o evento “é uma possibilidade para assistir filmes de todos os lugares o mundo.” Assim como as matérias sobre o Festival de Cinema do Rio de Janeiro, essa também reflete o deslocamento de bens simbólicos por entre as fronteiras. É representado, portanto, que a cidade de São Paulo também é um local aberto às interações interculturais por meio da exibição de filmes estrangeiros. Infere-se que a narrativa expõe o evento como uma oportunidade para que a população paulistana tenha contato com novas perspectivas e culturas por meios das produções oriundas de mais de 50 países.

Figura 64: Reportagem Mostra de Cinema SP.



Fonte: Cópia da tela.

Figura 65: Reportagem Mostra de Cinema SP.



Fonte: Cópia da tela.

Na mesma toada, segue a representação contida na última matéria que compõe o subgrupo cinema. Ela trata sobre a abertura do 24º Anima Mundi, no Rio de Janeiro. Esse é o maior evento de animação das Américas e o segundo mais importante do mundo, de acordo

com a reportagem. É pontuado que a programação conta com produções de 45 países e que um dos momentos mais aguardados é a apresentação de um projeto de animação do Google. Além disso, é frisado que o filme nacional Peixonauta, representado pela figura 67, será lançado no festival. Por fim, um dos organizadores afirma que também há espaços para produtores brasileiros e estrangeiros conversarem com o público e falarem de seus trabalhos. A partir dessas informações, nota-se que a reportagem destaca as diversas origens dos filmes em exibição e a interação entre os produtores nacionais e de outros países. Cabe observar que a narrativa pontua dois componentes da programação: o projeto de animação do Google e o filme brasileiro Peixonauta. Desse modo, defende-se a ideia de que a notícia foi estruturada com o propósito de reforçar o caráter intercultural e internacional do evento.

Figura 66: Reportagem Anima Mundi.



Fonte: Cópia da tela.

Figura 67: Reportagem Anima Mundi.



Fonte: Cópia da tela.

A subcategoria **fotografia** contabilizou uma única amostra. Ela se refere à exposição “Sankofa: memória da escravidão na África”, realizada na Caixa Cultural, no Rio de Janeiro. É informado que o acervo conta com 54 fotos tiradas pelo fotógrafo Cesar Fraga em nove países africanos. A ideia era retratar os países de onde vieram os escravos para o Brasil. Segundo Fraga, as fotos revelam rituais, festas e diversos traços culturais que são semelhantes com o que há no Brasil. Além disso, a reportagem mostra que os visitantes da exibição podiam escrever bilhetes que seriam enviados para crianças na África. Uma das entrevistadas lê sua mensagem: “estou pedindo perdão por tudo que eles passaram e pela exploração que o povo africano ainda sofre.” A partir desse conteúdo, pode-se observar a existência da representação de relações interculturais em duas instâncias: 1) no próprio espaço onde a exposição é realizada por meio do contato dos visitantes com as fotografias que trazem um olhar sobre determinadas culturas africanas. Por meio do envio de mensagens, o público também pôde se comunicar em um fluxo unidirecional com crianças daquele continente; 2) a

interação Brasil-África é expressa por meio das imagens exibidas pela reportagem e pela entrevista com o fotógrafo, que afirma ter identificado semelhanças culturais entre o país latino-americano e os países africanos que visitou. A figura 69 exemplifica um dos cliques de Fraga, o qual mostra uma manifestação cultural africana que remete aos desfiles de carnaval brasileiro. A narrativa apresenta, portanto, elementos que aproximam o Brasil do continente africano, reforçando que as culturas trazidas pelos escravos integram o mosaico cultural brasileiro.

Figura 68: Reportagem exposição Sankofa.



Fonte: Cópia da tela.

Figura 69: Reportagem exposição Sankofa.



Fonte: Cópia da tela.

A subcategoria **tradição**, por fim, contabilizou três matérias. A primeira delas noticia a visita de um grupo de escoteiros mirins a uma tribo indígena no Amazonas. O texto enfatiza que o objetivo da ação foi proporcionar às crianças a chance de conhecerem etnias, culturas e uma realidade diferente. Em um dos *offs*, o repórter afirma que, durante a visita, “tanto os escoteiros quanto os indígenas mostraram práticas típicas de suas culturas.” Observa-se que a reportagem representa esse encontro como uma oportunidade para promover o entendimento mútuo entre esses dois grupos. Assim, por meio de tal interação intercultural, as crianças puderam aprender sobre o Outro. O conteúdo exprime uma relação harmoniosa entre eles, o que contrasta com os conflitos e preconceitos que os indígenas ainda sofrem no país. Pelo fato de a matéria tratar de um projeto que teve como foco crianças, infere-se que ela retrata a realização de iniciativas que visam, justamente, promover a valorização da cultura e do povo indígena.

Figura 70: Reportagem visita à tribo.



Fonte: Cópia da tela.

Figura 71: Reportagem visita à tribo.



Fonte: Cópia da tela.

Em um caminho semelhante, segue a representação identificada na matéria seguinte. Ela noticia uma exposição sobre povos indígenas com peças preservadas pelo Museu de Arqueologia e Etnografia da USP. A mostra é composta por objetos, pinturas e produtos audiovisuais que retratam o corpo indígena como “uma obra de resistência”. De acordo com uma das responsáveis pelo projeto, a intenção é promover por meio da estética uma conexão e reflexão sobre “como a gente se relaciona com essas etnias indígenas hoje em dia.” Enquanto no conteúdo anterior a delicada situação dos índios no Brasil está presente de forma implícita, nesse os conflitos vividos por esses povos e sua resistência são retratados como a essência da exposição. A figura 73, por exemplo, exibe uma fotografia que faz parte do acervo, a qual retrata uma manifestação de índios na Praça dos Três Poderes, em Brasília. Portanto, o evento é representado como instrumento para despertar a reflexão no público sobre as questões indígenas e a forma como a sociedade os compreende.

Figura 72: Reportagem exposição povos indígenas.



Fonte: Cópia da tela.

Figura 73: Reportagem exposição povos



Fonte: Cópia da tela.

A última reportagem inclusa no subgrupo tradição aborda a realização da festa de “Dia de los Muertos”, na cidade de São Paulo. É explicado que essa é uma festa tradicional do México, é o “halloween mexicano”, e que, a cada ano, ela tem se tornado maior em São Paulo. Além dos elementos característicos decorarem o ambiente, como as caveiras, algumas pessoas também participam do evento maquiadas a caráter, como mostra a figura 75. Segundo a repórter, “um dos costumes da data é o altar dos mortos feito nas casas para honrar os antepassados” e, por isso, “a festa uniu o México e o Brasil, homenageando dois artistas que morreram neste ano: o ator Domingos Montagner e o cantor Juan Gabriel, ícones entre os mariachis.” A reportagem apresenta um evento isolado e, por isso, seria inadequado afirmar que se trata de um fenômeno de hibridação cultural. Na verdade, ela representa a valorização dessa manifestação tida como tipicamente mexicana pelo público de São Paulo, ou seja, revela uma aproximação intercultural que se dá dentro de um eixo México-Brasil. Assim, a exportação dessa festa para a capital paulista é representada como uma interpretação específica da morte e como uma manifestação que tem sido reproduzida por um grupo de brasileiros.

Figura 74: Reportagem “Dia de los Muertos”.



Fonte: Cópia da tela.

Figura 75: Reportagem “Dia de los Muertos”.



Fonte: Cópia da tela.

A partir dessas inferências, verifica-se que a TV Brasil Internacional, por meio de seu telejornal, noticia como se dão as desterritorializações de signos e as interações interculturais dentro do território nacional. Nesse sentido, os conteúdos analisados reforçam a ideia da diversidade cultural existente no Brasil e a representa como códigos que não estão isolados, mas sim em relação com outros contextos simbólicos, seja de maneira conflituosa ou harmoniosa. As matérias que melhor ilustram essa constatação são as duas relacionadas à questão indígena: a que trata da visita dos escoteiros mirins a uma aldeia indígena e a que aborda uma exposição em São Paulo sobre a cultura e resistência indígena. Elas expõem o

distanciamento entre essas realidades e os esforços realizados para aproximá-las a fim de despertar a compreensão sobre vida dos índios no Brasil. Essas representações permitem que o público possa produzir sentidos sobre esse cenário específico e compreendê-lo para além de noções estereotipadas.

A maior parte das narrativas dessa categoria, contudo, relataram experiências interculturais entre o contexto brasileiro e códigos estrangeiros. As exposições de arte e fotografia que expõem perspectivas sobre culturas de outros países, os festivais que reúnem filmes de diversas partes do mundo, a festa mexicana realizada em São Paulo e o convite realizado a um artista carioca para expor seus quadros no museu do Louvre, em Paris, são notícias que representam o Brasil como um país inserido dentro de um fluxo de bens simbólicos que transpassa as fronteiras.

5.4 Balanço final

Como vem sendo pontuado, a TV Brasil Internacional foi criada com o intuito de ser um instrumento de promoção da imagem do Brasil mundo afora, além de atuar como uma ponte entre o país e os brasileiros vivendo no exterior. Não há no conjunto de normas sobre radiodifusão no Brasil diretrizes sobre a existência e o funcionamento de um serviço de televisão ou rádio internacional. Desse modo, as regras gerais contidas no artigo 221 da Constituição de 1988 são as responsáveis por estabelecer princípios básicos a fim de nortear a forma como os aspectos culturais do país devam ser representados pelos meios de comunicação.

O inciso II, especificamente, o qual clama pela promoção da cultura nacional e regional e estímulo à produção independente que objetive sua divulgação, serviu como ponto de partida para estruturar a análise de conteúdo. Desse modo, buscou-se responder a questão central desta pesquisa: de que maneira a TV Brasil Internacional representa os aspectos culturais do país? A investigação se debruçou sobre os conteúdos jornalísticos do noticiário Repórter Brasil e, com base na análise das amostras reunidas, pôde-se obter os resultados para essa pergunta.

Primeiramente, os dados coletados permitem afirmar que a TV Brasil Internacional, por meio de seu telejornal, cumpre o que é requerido pelo inciso II do artigo 221, ou seja, promove aquilo que é chamado de cultura nacional e de cultura regional pela norma. Embora o termo cultura nacional seja complexo, como já discutido, ele foi utilizado como categoria de

análise pelo fato de ele existir nos termos da lei. Diante disso, verificou-se que os aspectos culturais do país são representados em sua diversidade, tendo sido noticiadas manifestações e eventos culturais de diferentes partes geográficas do país. No entanto, é necessário observar que alguns estados apareceram com maior frequência nas amostras do que outros. O mapa presente na figura 76 revela que das 37 reportagens presentes na editoria de cultura 24 tiveram a região sudeste como cenário das narrativas. Em menor frequência, estados da região norte (Amazonas e Pará), do nordeste (Maranhão, Alagoas, Sergipe e Bahia) e do centro-oeste, representado pelo Distrito Federal, também foram a localização de algumas reportagens. Essa constatação sinaliza que os estados de São Paulo e do Rio de Janeiro aparecem com maior frequência no noticiário. Pode-se interpretar que isso esteja conectado a uma centralização produtiva na área, bem como a maior capacidade que fatos dessa região têm para passar pelos *gatekeepers* e de se tornarem notícias.

Figura 76: Frequência com que estados brasileiros apareceram na editoria de cultura no telejornal Repórter Brasil em outubro de 2016.



Fonte: Elaborado pelo autor.

É necessário observar que determinadas reportagens noticiaram a realização de exposições e festivais de cinema ou literatura e, portanto, se remetem, em alguns casos, às expressões culturais que não são necessariamente pertinentes às áreas onde tais eventos foram organizados. A partir disso, também se faz relevante evidenciar quais são os temas tratados por cada matéria, tarefa que foi desempenhada neste capítulo por meio da análise de conteúdo.

As amostras indicaram que um dos temas de destaque foi o religioso. Elementos da religião católica, como os santos, e de religiões de matriz africana, como os orixás, foram apresentados em variados momentos. Segundo o Censo 2010, 65% da população brasileira é católica e menos de 2% é da umbanda, do candomblé ou de outras religiões afro-brasileiras. Dessa maneira, com base nas análises conduzidas, afirma-se que as narrativas tratam de dois extremos da prática religiosa no Brasil: uma de grande expressão e outra minoritária que é vítima de discriminação. Portanto, ao mesmo tempo que as representações reforçam o protagonismo do catolicismo no país, elas também abordam temas sobre os orixás colaborando para que estereótipos sobre as religiões de matriz africana sejam superados.

As matérias cujos temas dialogaram, por exemplo, com o grafite, com as culturas do norte e do nordeste, com as culturas africanas ou afrodescendentes e com a vivência indígena também são exemplos de conteúdos que trataram de expressões ou grupos sociais minoritários. Nesse sentido, o noticiário demonstra abrir espaço para retratar aquilo e aqueles que não costumam ter muito espaço nos meios de comunicação tradicionais. Desse modo, fornece-se bases para a construção de novos imaginários sobre o cenário cultural do Brasil, contribuindo para a dissolução da noção reducionista de que exista uma cultura singular inerente a todos os brasileiros, bem como de ideias sobre o Outro que sejam marcadas pelo preconceito.

Como defendido pela UNESCO (2009), é papel da mídia promover a diversidade cultural. Ainda que a análise demonstre que haja certa pluralidade na forma como os aspectos culturais do país foi representado, ainda há a necessidade de que medidas sejam implementadas a fim de fazer com que essa regra seja cumprida, como o estabelecimento de normas infraconstitucionais que determinem a regionalização da produção de conteúdos e o incentivo à atuação de produtoras independentes. Essas diretrizes, que são previstas constitucionalmente e que ainda carecem de regulação, poderiam desencadear o rompimento da descentralização apontada pelo mapa na figura 79. Isso não se limitaria ao cenário jornalístico, mas abrangeria todo tipo de produção audiovisual.

Em suma, os resultados obtidos contemplam a maneira como a TV Brasil Internacional representa os aspectos culturais do país, o que mostra como sua função de promover a imagem do país no exterior tem sido executada. Os dados reunidos e as inferências produzidas permitem concluir que a emissora segue, por meio de seu telejornal, o princípio constitucional em foco nesta pesquisa. Embora sejam destacadas diferentes vertentes culturais do país, ainda há a necessidade de se representar toda a diversidade presente nas cinco regiões do país.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa buscou, primeiramente, traçar um panorama sobre a conjuntura da radiodifusão internacional. À luz da fundamentação teórica delimitada e da descrição de quatro emissoras estrangeiras, verificou-se que, desde a década de 1930, Estados investem nessa modalidade de veículos midiáticos em vista do papel estratégico que ela é potencialmente capaz de executar mundo afora. Ao longo dos anos, as atuações dessas estações de rádio e TV internacionais passaram por adaptações e transformações, as quais estão associadas às demandas oriundas, principalmente, de três contextos: histórico, geopolítico e tecnológico. Desde o fim da Guerra Fria, as mudanças nesses três âmbitos as forçaram a repensar suas funções e a procurar novas razões que justificassem suas existências. Como exposto, determinados veículos assumem como missão o estabelecimento de diálogos interculturais ou a promoção da compreensão mútua entre as nações. Assim, buscam se distanciar do modelo de comunicação unilateral que marcou os tempos de guerras e se aproximar de uma abordagem mais bilateral. Entretanto, há uma diferença entre aquilo que tais emissoras defendem fazer e aquilo que elas realmente fazem. Logo, o caráter dialógico que, aparentemente, integra o ambiente da radiodifusão internacional deve ser visto com desconfiança. Esses veículos atuam, na maioria dos casos, em sincronia com interesses governamentais, embora cada um deles possa estar submetido a diferentes modelos de gestão e de financiamento, o que pode lhes garantir um maior ou menor grau de autonomia.

O fato de a radiodifusão internacional ser um instrumento de diplomacia pública também explica a sua necessidade em não propagar conteúdos que sejam, ou que transpareçam ser, enviesados. Os projetos de diplomacia pública devem exprimir credibilidade para que sejam capazes de conquistar os públicos situados em outros países e, assim, resultar em *soft power*. Nesse sentido, o caráter estratégico da radiodifusão internacional emerge tendo como possíveis funções o estabelecimento de relacionamentos duradouros com os públicos estrangeiros e a promoção da imagem e valores de seu país patrocinador. Os objetivos que movem as operações da RTPi, da BBC *World Service*, da *Deutsche Welle* e da *Voice of America* demonstraram que eles se associam a tais funções.

Em tempos de globalização e de midiaticização, a imagem de um país é fundamental na definição de seu status na esfera mundial. Portanto, as representações disseminadas pelas emissoras de radiodifusão internacional cumprem o papel de fomentar a construção de imaginários que sejam positivos para o Estado patrocinador. Aquilo que seus conteúdos

representam são uma interpretação da realidade local e, ao serem recebidos pelos públicos estrangeiros, desencadeiam-se em sentidos sobre o Outro. Pode-se afirmar que essas emissoras inserem-se no contexto da mundialização, promovendo encontros simbólicos entre realidades geograficamente distantes e representando aspectos culturais de um determinado país a outros. Isso ainda implica que tais veículos de comunicação são um reflexo da globalização e, ao mesmo tempo, são dispositivos que a impulsiona.

Quando o assunto é representação, o ideal que emerge nesse cenário é o da diversidade. Como defendido pela UNESCO (2009), é papel dos meios de comunicação observar a diversidade cultural e investir na comunicação intercultural. No plano da radiodifusão internacional, compreende-se que as emissoras que compõem essa categoria, ao buscarem promover a imagem de seus respectivos países patrocinadores, devam representá-los em sua pluralidade. Assim, enquanto uma estratégia de diplomacia pública, é importante que os valores e ideias de toda a população sejam abrangidos e projetados na arena global. Cada uma das emissoras que compõem esse grupo midiático deve representar o povo que a financia por meio de pagamento de impostos.

Com base em tais perspectivas, esta pesquisa se debruçou sobre a inserção do Brasil no contexto da radiodifusão internacional e identificou que a primeira experiência do país nesse sentido se deu a partir da criação do Canal *Integración*. Sob o comando da Radiobrás, sua missão era aproximar as nações sul-americanas. Após a abolição da Radiobrás e o estabelecimento da EBC, o canal foi substituído, em 2010, pela TV Brasil Internacional. O estudo pontuou que os dois principais objetivos dessa nova emissora era promover a imagem do país mundialmente e se conectar às comunidades de brasileiros vivendo no exterior. A sua vocação internacional foi construída, sobretudo, a partir da 1) relação próxima com o Itamaraty; 2) da produção de conteúdos que tratavam de temas internacionais e de interesses dos brasileiros emigrantes; e 3) de sua transmissão via satélite para 68 países.

A partir do estudo da experiência do Brasil em radiodifusão internacional, esta pesquisa constatou que não há normas no país que prevejam a prestação de um serviço internacional de rádio ou televisão, nem mesmo na lei da EBC. Essa é uma das principais diferenças entre a TV Brasil Internacional e as quatro emissoras apresentadas como parâmetro no capítulo II. As atividades da RTPi, da BBC *World Service*, da *Deutsche Welle* e da *Voice of America* são guiadas, em diferentes medidas, por diretrizes legais e/ou contratuais. Em segundo lugar, detectou-se que o artigo 221 da Constituição Federal de 1989, replicado pela lei da EBC, traz princípios gerais sobre como as culturas do país devem ser representadas

pelos veículos de rádio e televisão. Portanto, essa diretriz se estende à TV Brasil Internacional. O inciso II do referido artigo clama pela promoção da “cultura nacional e regional”, ou seja, ele preza pela representação plural das culturas do Brasil. Ao mesmo tempo, observa-se que, ao utilizar o termo “cultura nacional”, a norma reforça a noção de que exista uma cultura comum a todos os brasileiros, percepção esta que foi desconstruída no capítulo III desta dissertação.

A análise de conteúdo conduzida aqui revelou que os aspectos culturais do país são representados pelo noticiário Repórter Brasil, da TV Brasil Internacional, em sua diversidade, fornecendo noções de que identidades múltiplas integram o espaço nacional. Além de reportar manifestações e nomes de artistas que costumam pairar sobre o imaginário comum sobre o que seja o Brasil, também foram abordadas expressões culturais regionais (do sudeste, norte e nordeste), bem como aquelas pertinentes a grupos minoritários (negros e indígenas). Partindo da premissa de que o jornalismo seja um agente construtor da realidade, depreendeu-se que as representações analisadas contribuem para o enfraquecimento de estereótipos e posicionamentos preconceituosos sobre tais realidades culturais. Considera-se que a TV Brasil Internacional promove a imagem do Brasil como um mosaico composto por diferentes culturas e identidades, ou seja, ela contribui com o rompimento de perspectivas reducionistas sobre o país, as quais, geralmente, incluem símbolos tidos como nacionais, como o futebol, o carnaval e o samba.

A partir desses resultados, pode-se afirmar que a TV Brasil Internacional, por meio de seu telejornal, cumpre a norma constitucional que exige que os meios de comunicação promovam a cultura nacional e a cultura regional do país. Entretanto, verificou-se uma centralização dos espaços geográficos que foram utilizados como cenário das narrativas. Os estados que registraram maior frequência como ambientes das notícias foram os de São Paulo e do Rio de Janeiro. Em contraponto, as regiões Norte, Nordeste e Centro-oeste apareceram com bem menos intensidade. Não houve nenhum registro de matéria que tratasse sobre a região Sul. Desse modo, embora o telejornal tenha abrangido diferentes partes do país em seus conteúdos sobre cultura, houve um destaque maior da região Sudeste. A explicação para esse resultado pode residir no fato de a TV Brasil (canal nacional e produtora do telejornal analisado) contar com equipes apenas no Rio de Janeiro, São Paulo, Brasília e São Luiz. Outro ponto a ser observado é que o Repórter Brasil também é composto por reportagens produzidas por emissoras parceiras de âmbito regional de diferentes partes do país. Ainda assim, como contabilizado, prevalece o protagonismo dos estados da região Sudeste. Por fim,

por meio da categoria relação intercultural, identificou-se ainda que o país também é representado como um ambiente de interação entre diferentes códigos culturais, os quais se encontravam distantes devido a barreiras geográficas e simbólicas.

Apesar de ter sido criada para promover a imagem do Brasil no exterior, a efetividade da TV Brasil Internacional nos dias atuais é questionável. Como relatado nesta dissertação, ela perdeu a sua identidade internacional, pois: 1) não mantém mais laços com o Itamaraty; 2) deixou de produzir conteúdos próprios, distanciando-se de seu compromisso com os brasileiros vivendo no exterior; 3) teve seus contratos com as retransmissoras de satélite cancelados e passou a estar disponível, unicamente, via *streaming*. A diminuição dos repasses de fundos para a EBC foi um dos fatores que acarretou o comprometimento da TV Brasil Internacional. Além disso, compreendeu-se aqui que o fato de não haver bases legais no país que sustentem a execução de um serviço de radiodifusão para além das fronteiras também colaborou para a desestabilização e perda da essência internacional do veículo.

Embora o canal possa ser considerado como um passo do Brasil para estabelecer um instrumento de diplomacia pública voltado ao exterior, ele não reúne, em sua configuração atual, características que sejam capazes de conquistar o público externo e fortalecer o *soft power* do país. Em outras palavras, não se vê mais qualquer estratégia no funcionamento da TV Brasil Internacional. Hoje, ela se limita a um canal na web que retransmite programas da TV Brasil nacional que tem autorização para serem veiculados *online*. Soma-se a esse cenário a questão do idioma: desde o início o canal sempre foi transmitido apenas em português, o que limita a sua expansão na arena global. Por essa razão, os brasileiros vivendo no exterior e os países de língua portuguesa sempre foram o público em potencial da emissora. Dados sobre a sua audiência poderiam fundamentar melhor essas percepções, mas, embora tenham sido solicitados, eles não foram enviados até o momento. Em suma, a TV Brasil Internacional, pelos motivos pontuados, parece caminhar para o seu fim.

De acordo com as entrevistas realizadas, a intenção da gerência de promoção e chamadas da TV Brasil é reformular o veículo direcionado ao exterior e criar um novo serviço com base em dispositivos móveis. Contudo, com base na situação atual da EBC, esse “renascimento” do canal internacional parece improvável. Como relatado, a empresa foi reestruturada, perdendo mecanismos que lhe atribuía certa autonomia e que garantia a interferência da sociedade civil em sua gestão por meio de um conselho curador. A TV Brasil Internacional foi estabelecida dentro de um sistema criado para atender a uma demanda constitucional, a da complementaridade, mas o seu caráter público, ainda que fosse mínimo e

questionável, foi completamente esvaziado após as mudanças sancionadas por Michel Temer. Sabendo-se que o grupo da radiodifusão internacional conta com emissoras com diferentes graus de autonomia, afirma-se aqui que, em comparação com as outras experiências descritas neste estudo, a TV Brasil Internacional é o veículo menos independente em relação ao governo. Na outra extremidade, está a *BBC World Service*, a qual está alicerçada sobre um modelo de financiamento e de gestão mais resistentes a influências governamentais.

A partir desse contexto, considera-se que, primeiramente, seja necessário reconstruir e solidificar um sistema público de comunicação no Brasil, e, posteriormente, se repensar em um veículo internacional que seja, de fato, capaz de atuar como um instrumento de diplomacia pública, promovendo a imagem do país, estabelecendo relações com os públicos de outras nações e, assim, impulsionando o *soft power* do Brasil.

Quanto aos desafios enfrentados durante o desenvolvimento desta investigação, o principal deles foi, justamente, acompanhar as mudanças nos rumos da EBC (por razões políticas) e da TV Brasil Internacional. Quando este estudo começou, em 2015, a empresa ainda era estruturada de acordo com as normas da Lei 11.657 de 2008 e o seu veículo internacional ainda era transmitido mundialmente via satélite e contava com produções próprias. Agora, no período de fechamento deste trabalho científico, o cenário é outro e, certamente, continuará em constante transformação. Por essa razão, os resultados desta pesquisa poderão auxiliar estudos futuros na compreensão deste momento na história da Comunicação Social do país em relação, sobretudo, à radiodifusão internacional e à experiência brasileira nesse contexto.

Por fim, os dados oriundos da análise de conteúdo sinalizam a importância em se discutir a regulamentação dos dispositivos constitucionais que buscam promover a pluralidade no contexto midiático e a representação da diversidade cultural. Nesse sentido, compreende-se que seriam relevantes investigações que explorassem a produção audiovisual presente na grade dos canais de televisão da EBC, as quais poderiam, assim, complementar os resultados encontrados aqui.

REFERÊNCIAS

- ABRIC, J. C. A abordagem estrutural das representações sociais. In: MOREIRA, A.; OLIVEIRA, D. (Orgs.). **Estudos interdisciplinares de Representações Sociais**. Goiânia: AB, 2000.
- ALSINA, M. **A construção da notícia**. Petrópolis: Vozes, 2009.
- AGÊNCIA ESTADO. **TV Brasil quer canal para brasileiros no exterior**. 2010. Disponível em: <<http://bit.ly/2wmg87s>>. Acesso em: 20 jul. 2017.
- ALEMANHA. **DW-Act**. 2004. Disponível em: <<http://bit.ly/1OUapqd>>. Acesso em: 31 maio 2017.
- ARENDT, H. **A condição humana**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2008.
- BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.
- BBC. **About – BBC World Service**. Disponível em: <<http://bbc.in/1XVyZMK>>. Acesso em: 27 maio 2017.
- BBC. **Annual report and accounts 2014/15**. 2015. Disponível em: <<http://bbc.in/1TC18oj>>. Acesso em: 26 maio 2017.
- BBC. **Analysis: BBC's voice in Europe**. 2005. Disponível em: <<http://bbc.in/20I6H7c>>. Acesso em: 27 maio 2017.
- BBC. **Royal Charter**. 2006. Disponível em: <<http://bbc.in/1ITBIa3>>. Acesso em: 27 maio 2017.
- BBC. **Transforming BBC World Service for a digital age: a strategy for 2010 and beyond - speech to staff by Nigel Chapman**, 2005. Disponível em: <<http://bbc.in/1XAHJHE>>. Acesso em: 26 maio 2017.
- BIANCO, N. R. Del; ESCH, C. E.; MOREIRA, S. V. Radiodifusão pública: um desafio conceitual na América Latina. **Estudos em Comunicação**, n. 12, p. 155-181, dez. 2012.
- BINENBOJM, G. Meios de comunicação de massa, pluralismo e democracia deliberativa. As liberdades de expressão e de imprensa nos EUA e no Brasil. **Redae**, n. 5, p. 1-19, fev/abril 2006.
- BOLAÑO, C. R. S. **Qual a lógica das políticas de comunicação no Brasil?** São Paulo: Paulus, 2007.
- BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília, DF: Senado Federal: Centro Gráfico, 1988.
- BRASIL. **Diário do Senado Federal**. 11 de abril de 2002. Parecer n. 242, de 2002. Disponível em: <<http://bit.ly/1XstB4X>>. Acesso: 10 abril 2016.

- BULL, H. **A Sociedade Anárquica**. Brasília: Editora Universidade de Brasília; Instituto de Pesquisa de Relações Internacionais; São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 2002.
- BURBAGE, R. et al. **Os meios de comunicação nos Estados Unidos**: Imprensa - Rádio – Televisão. Rio de Janeiro: Agir, 1973.
- CÁDIMA, F. R. Televisões globais, história única. **Observare**, v. 1, n. 1, p. 87-97, outono 2010.
- CANCLINI, N. G. **Culturas Híbridas**: estratégias para entrar e sair da modernidade. São Paulo: EDUSP, 2008.
- CARDOSO, P. **Entrevista concedida a Augusto Junior da Silva Santos**. Brasília, 20 mar. 2017. [A entrevista encontra-se transcrita no “Apêndice II” desta dissertação].
- CARNEIRO, Rafael Prince. **Diplomacia pública digital**: desafios e oportunidades para a atuação do Itamaraty na internet. Dissertação de mestrado em Diplomacia. Brasília: Instituto Rio Branco, 2011.
- CARVALHO, M. Considerações sobre o princípio da complementaridade dos sistemas privado, público e estatal de radiodifusão. GP Políticas e Estratégias de Comunicação. **XXXIII Intercom**. Caxias do Sul, 2010.
- CASTELLS, M. The new Public Sphere: Global Civil Society, Communication Networks, and Global Governance. **Annals of the American Academy of Political and Social Science**, n. 616, p. 78-93, 2008.
- CIFUENTES, D. P. Televisão pública na América Latina: crises e oportunidades. In: RICÓN, O. (Org.). **Televisão pública**: do consumidor ao cidadão. São Paulo: Friedrich-Ebert-Stiftung, 2002. p.119-153.
- CONFERÊNCIA DAS COMUNIDADES BRASILEIRAS NO EXTERIOR. **Atas das conferências**. Disponível em: <<http://bit.ly/2uW2RCl>>. Acesso em: 20 ag. 2017.
- CORREIA, L. B. **Direito da comunicação social**. Coimbra: Almeida, 2005.
- CUCHE, D. **A noção de cultura nas ciências sociais**. Bauru: Edusc, 2002.
- CULL, N. **Public diplomacy**: lessons from the past. Los Angeles, CA: Figueroa Press, 2009.
- DANTAS, M. **Comunicações, desenvolvimento, democracia**: desafios brasileiros no cenário da mundialização mediática. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2013.
- DEUTSCHE WELLE. **Income statement**. 2014. Disponível em: <<http://bit.ly/1XTtkq2>>. Acesso em: 31 maio 2017.
- DEUTSCHE WELLE. **Quem somos**. 2016. Disponível em: <<http://bit.ly/1XTtkq2>>. Acesso em: 31 maio 2017.

EBC. **TV Brasil inaugura Canal Internacional que inicia transmissões para África**. 2010. Disponível em: <<http://bit.ly/2r6LvzM>>. Acesso em: 29 jul. 2017.

EBC. **Relatório de atividades 2015**. 2015. Disponível em: <<http://bit.ly/2vHFyaV>>. Acesso em: 16 jan. 2017.

ELLIOT, K. Too many voices of America. **Foreign Policy**, v. 77, p. 113-131, 1989.

ELLIOT, K. **Entrevista concedida a Augusto Junior da Silva Santos**. Washington, D.C., 10 out. 2016. [Arquivo de áudio].

ELHAJJI, M. Comunicação intercultural: apontamentos analíticos. **Contemporânea**, n. 4, p. 52-60, 2005.

ESTADOS UNIDOS. **Ata do Congresso**. Ms. Clarke: congratulations to Radio Free Europe/Radio Liberty and Voice of America. 2016. Disponível em: <<https://www.congress.gov/congressional-record/2016/03/22>>. Acesso em: 8 maio 2017.

FERRÉS, J. **Televisão subliminar**: socializando através de comunicações despercebidas. Porto Alegre: Artmed, 1998.

FITZPATRICK, K. R. **Public diplomacy in a post-9/11 world**: from messaging to mutuality. Los Angeles, CA: Figueroa Press, 2011.

FRANÇA, V. Representações, mediações e práticas comunicativas. In: FIGUEIREDO, V.; GOMES, R. C.; PEREIRA, M. (Org.). **Comunicação, representação e práticas sociais**. Aparecida: Editora PUC-Rio, 2004.

GEERTZ, C. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: LTC, 1989.

GONÇALVES, M. **Entrevista concedida a Augusto Junior da Silva Santos**. Brasília, 22 mar. 2017. [A entrevista encontra-se transcrita no “Apêndice II” desta dissertação].

GREGORY, B. Interviewed by Charles Stuart Kennedy. Interview: **The Association for Diplomatic Studies and Training Foreign Affairs Oral History Project**. 2006. Disponível em: <<http://bit.ly/2nkEYfC>>. Acesso em 6 mar. 2017.

GREGORY, B. Public diplomacy: sunrise of an academic field. **Annals of the American Academy of Political and Social Science**, n.616, p. 1–17, 2008.

GROSSMANN, E. **O serviço brasileiro de rádio da Deutsche Welle**. 2007. 262 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Paulista, São Paulo.

HACKER, K.; MENDEZ, V. Toward a model of strategic influence, international broadcasting, and global engagement. **Media and Communication**, v. 4, n. 2, p. 69-91, 2016.

HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Lamparina, 2015.

IANNI, O. **Teorias da globalização**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2007.

IANNI, O. **A sociedade global**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2008.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas. **Censo demográfico 2010: características gerais da população, religião e pessoas com deficiência**. 2010. Disponível em: < <http://bit.ly/1Jn9CYt>>. Acesso em: 20 ag. 2017.

JAN, F. International broadcasting as component of U.S. public diplomacy (A case study of Voice of America's DEEWA Radio). **The Dialogue**, v. 2, p. 152-165, 2016.

JENKIS, H. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

JODELET, D. **Les Representations Sociales**. Paris: Presses Universitaires de France, 1989.

KING, L. **Entrevista concedida a Augusto Junior da Silva Santos**. Washington, D.C., 12 out. 2016. [Arquivo de áudio].

KLUPER, R. Introduction: the Confucius Institute as a communicative phenomenon. **China Media Research** v. 10, n. 1, p. 1-3, 2014.

LAFER, C. **A identidade internacional do Brasil e a política externa brasileira: passado, presente e futuro**. São Paulo: Perspectiva, 2007.

LANSING, J. U.S. International Broadcasting for the 21st Century. **Hampton Roads International Security Quarterly**, v.1, p. 95-100, 2016.

LEAL FILHO, L. **A melhor TV do mundo: o modelo britânico de televisão**. São Paulo: Summus, 1997.

LENNON, J. **Entrevista concedida a Augusto Junior da Silva Santos**. Washington, D.C., 11 out. 2016. [Arquivo de áudio].

LIMA, V. A. de. **Regulação das comunicações: história, poder e direitos**. São Paulo: Paulus, 2011.

MARTÍN-BARBEIRO, J. Televisão pública, televisão cultural: entre a renovação e a invenção. In: RICÓN, O. (Org.). **Televisão pública: do consumidor ao cidadão**. São Paulo: Friedrich-Ebert-Stiftung, 2002. p. 41-79.

MATTELART, A. **A globalização da comunicação**. Bauru: Edusc, 2002.

MATTO, D. Heterogeneidade social e institucional, interculturalidade e comunicação intercultural. **Matrizes**, n. 1, p. 43-61, jul./dez. 2012.

MATTOS, F.; SIMÕES, C. Elementos histórico-regulatórios da televisão brasileira. In: BRITTOS, V.; BOLAÑO, C. R. S. (Orgs.). **Rede Globo: 40 anos de poder e hegemonia**. São Paulo: Paulus, 2005. p. 35-55.

MENDEL, T. **Serviço público de radiodifusão: um estudo de direito comparado**. Brasília: UNESCO, 2011.

MOSCOVICI, S. On social representations. In: FORGAS, J.P. (Org.). **Social cognition: perspectives on everyday understanding**. Londres: London Academic Press, 1981. p. 181-209.

NAPOLITANO, C. J. A regulação constitucional da Comunicação Social e a efetivação de suas normas. **Alceu**, v. 12, n. 24, p. 204-205, jan./jun. 2012a.

NAPOLITANO, C. J. Regulação do direito à comunicação e sua efetivação pelo Supremo Tribunal Federal. **Cadernos jurídicos: curso de direito UNISAL**, v. 3, n. 5 p.83-107, 2012b.

NAPOLITANO, C. J.; SANTOS, A. J. S. Dinâmica transnacional da mídia: processos de regulação na globalização comunicacional. **E-compós**, Brasília, v. 19, n. 2, p. 1-18, maio/ago. 2016.

NETTO, M. N. O discurso do marketing de lugar e os grandes eventos. **Caderno CRH**, v. 29, n. 78, p. 495-512, dez. 2016.

NYE, J. S. Public diplomacy and soft power. In: THUSSU, D. K. (Org.). **International communication: a reader**. Nova York: Routledge, 2010. p. 333-343.

OLIVEIRA, M. S. B. S. de. Representações sociais e sociedades: a contribuição de Serge Moscovici. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 19, n. 55, p. 180-186, jun. 2004.

ORTIZ, R. **Cultura brasileira e identidade nacional**. São Paulo: Brasiliense, 1994.

ORTIZ, R. **Mundialização e cultura**. São Paulo: Brasiliense, 2000.

ORTIZ, R. **A moderna tradição brasileira: cultura brasileira e indústria cultural**. São Paulo: Brasiliense, 2001.

ORTIZ, R. **Universalidade e diversidade: contradições da modernidade-mundo**. São Paulo: Boitempo, 2015.

PEREIRA, R. B. C. **No ar: TV Brasil – Canal Integración**. 2006. 129 f. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Sustentável) – Universidade de Brasília, Brasília.

PEREIRA JUNIOR, A. V. Jornalismo e representações sociais: algumas considerações. **Famecos**, Porto Alegre, n. 30, p. 31-38, ago. 2006.

PRICE, M. **Media and sovereignty: the global information revolution and its challenge to state power**. Cambridge, MA: The MIT Press, 2002.

PRICE, M.; HAAS, S.; MARGOLIN, D. New technologies and international broadcasting. **Annals of the American Academy of Political and Social Science**, v. 616, n.1, p. 150–172, 2008.

PORTUGAL. Constituição da República Portuguesa. 1976. Disponível em: <<http://bit.ly/1t02mS1>>. Acesso em: 11 maio 2017.

PORTUGAL. **Contrato de concessão do serviço público de rádio e de televisão**, 2015. Disponível em: <<http://bit.ly/1O9Gk9q>>. Acesso em: 14 maio 2017.

REY, G. O cenário móvel da televisão pública: alguns elementos. In: RICÓN, O. (Org.). **Televisão pública: do consumidor ao cidadão**. São Paulo: Friedrich-Ebert-Stiftung, 2002. p. 81-118.

RIDENTI, M. **Em busca do povo brasileiro: artistas da revolução, do CPC à era da tv**. Rio de Janeiro: Record, 2000.

ROBIN, R. Requiem for public diplomacy? **American Quarterly**, v.57, n.2, p. 345-353, 2005.

SÁ, C. P. **Núcleo central das representações sociais**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1996.

SAITO, M. International broadcasters confronted with great changes: their strategies amid streamlining - part I: the BBC. **NHK Broadcasting Culture Research Institute**, 2014. Disponível em: < <http://bit.ly/1qMKuc1> >. Acesso em: 26 maio 2017.

SAITO, M. U.S. Government International pressed to overhaul and consolidate. **NHK Broadcasting Culture Research Institute**, p. 1-17, 2015.

SANTOS, S. dos; SILVEIRA, É. da. Serviço público e interesse público nas comunicações. In: RAMOS, M. C.; SANTOS, S. dos (Orgs.). **Políticas de comunicação: buscas teóricas e práticas**. São Paulo: Paulus, 2007, p. 49-82.

SCORSIM, E. **TV digital e comunicação social: aspectos regulatórios: TVs pública, estatal e privada**. Belo Horizonte: Fórum, 2008.

SOUSA, H. A mobilização do conceito de Lusofonia: o caso dos canais internacionais da RTP. In: MARTINS, M.; SOUSA, H.; CABECINHAS, R. (Orgs.). **Comunicação e Lusofonia: para uma abordagem crítica da cultura e dos média**. Porto: Campo das Letras, 2006, p.165-182.

SZONDI, G. Public diplomacy and nation branding: conceptual similarities and differences. **Discussion Papers in Diplomacy**. Clingendael Netherlands Institute of International Relations, 2008. Disponível em: < <http://bit.ly/2gJbZA3> >. Acesso em: 27 jul. 2017.

TAMBURINE, N. R. **Breve história da diplomacia pública: um estudo comparativo entre o caso estadunidense e o brasileiro**. 2015. 25 f. Artigo (Especialização em Relações Internacionais) – Universidade de Brasília, Brasília.

THOMPSON, J. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. Petrópolis: Vozes, 2008.

UNESCO. **Public broadcasting: Why? How?** Paris/Montreal: UNESCO/CMRTV, 2001. Disponível em: < <http://bit.ly/28bYXQx> >. Acesso em: 04 jun. 2017.

UNESCO. **Investir na diversidade cultural e no diálogo intercultural**. UNESCO: Paris, 2009.

VALENTE, L. **Política externa na era da informação: o novo jogo do poder, as novas diplomacias e a mídia como instrumento de Estado nas Relações Internacionais**. Rio de Janeiro: Revan, 2007.

VALENTE, J. Sistema público de comunicação da Alemanha. In: VALENTE, J. (et. al) (Orgs.). **Sistemas públicos de comunicação no mundo: experiências de doze países e o caso brasileiro** - Intervezes. São Paulo: Paulus, 2009. p. 47-60.

VALENTE, J. Sistema público de comunicação do Reino Unido. In: VALENTE, J. (et. al) (Orgs.). **Sistemas públicos de comunicação no mundo: experiências de doze países e o caso brasileiro** - Intervezes. São Paulo: Paulus, 2009. p. 234-254.

VALENTE, J. Sistema público de comunicação do Brasil. In: VALENTE, J. (et. al) (Orgs.). **Sistemas públicos de comunicação no mundo: experiências de doze países e o caso brasileiro** - Intervezes. São Paulo: Paulus, 2009. p. 269-287.

VICENTE, M. M. Comunicación para América Latina: la propuesta de la televisión Brasil Canal Integración. **Revista Latinoamericana Comunicación Chasqui**, v. 108, p. 28-34, 2009.

VICENTE, M. M.; SANTOS, A.J.S. O jornalismo como elo entre nações: a construção da notícia na Deutsche Welle Brasil. **Alceu**, v. 16, n. 32, p. 75-89, 2016.

ZÖLLNER, O. A quest for dialogue in international broadcasting: Germany's public diplomacy targeting Arab audiences. **Global Media and Communication**, v. 2, n. 2, p. 160-182, 2006.

YOUMANS, W.; POWERS, S. Remote negotiations: international broadcasting as bargaining in the information age. **International Journal of Communication**, n. 6, p. 2149-2172, 2012.

YOUMANS, W.; POWERS, S. A new purpose for international broadcasting: subsidizing deliberative technologies in nontransitioning states. **Journal of Public Deliberation**, v.1, n.8, p. 1-14, 2012.

WAINBERG, J. A. Comunicação internacional e intercultural: a luta pelo imaginário social, o temor à segregação e o caso do terrorismo. **Civitas – Revista de Ciências Sociais**, v. 5, n. 2, p. 275-295, 2005.

WAGNER, W. Sócio-Gênese e características das representações sociais. In: MOREIRA, A.; OLIVEIRA, D. (Orgs.). **Estudos interdisciplinares de Representações Sociais**. Goiânia: AB, 2000. p. 3-25.

WANG, S.; HONG, J. Voice of America in the post-Cold War era: opportunities and challenges to external media services via new information and communication technology. **The International Communication Gazette**, v. 4, n. 73, p. 343-358, 2011.

WEED, M. U.S. International broadcasting: background and issues for reform. **Congressional Research Service**, 1-20, 2014.

WIMMER, M. O direito à comunicação na Constituição de 1988: o que existe e o que falta concretizar. **Eco-pós**, v.11, n.1, jan./jul 2008.

WOOD, J. **History of international broadcasting**. Vol.2. London, UK: The Institution of Electrical Engineers, 2000.

APÊNDICE I

Coleta Reportagens - Repórter Brasil (outubro de 2016)

Data	Título	Editoria	Produção	Disponível em
01/10/2016	Hoje é o aniversário de 138 anos do Bixiga	Cultura	TV Brasil	http://bit.ly/2lx7ZUD
01/10/2016	Movimentos criticam a pena aplicada a pichadores	Cidadania	TV Brasil	http://bit.ly/2dnauaX
01/10/2016	Começa o outubro rosa	Saúde e Comportamento	TV Brasil	http://bit.ly/2lxdl1N
01/10/2016	Hospital no leste de Aleppo, na Síria, é bombardeado	Internacional	TV Brasil	http://bit.ly/211KXlq
01/10/2016	Emissão da zerézima do computador do TRE	Política e Economia	TV Brasil	http://bit.ly/2kAKZWQ
01/10/2016	TSE verifica sistemas de totalização dos votos das eleições	Política e Economia	TV Brasil	http://bit.ly/2kAXORb
01/10/2016	Mais duas escolas de São Luís foram incendiadas	Polícia e Segurança	TV Brasil	http://bit.ly/211XpHR
01/10/2016	146 milhões de brasileiros vão participar das eleições municipais	Política e Economia	TV Brasil	http://bit.ly/2kuiRm4
01/10/2016	Exposição, na casa França Brasil, traz o universo dos orixás	Cultura	TV Brasil	http://bit.ly/2kAQ9C8
01/10/2016	Instituto do Câncer Infantil de Porto Alegre completa 25 anos	Saúde e Comportamento	TVE - PR	http://bit.ly/2kXBTvn
01/10/2016	Problemas cardíacos nas mulheres ultrapassaram estatísticas de tumores de mama e de útero	Saúde e Comportamento	TV Brasil	http://bit.ly/2kXAxK2
01/10/2016	Taxa de desemprego no país deve continuar alta nos próximos meses	Política e Economia	TVE - RS	http://bit.ly/2kdvz7C
01/10/2016	IBGE mostra pequeno crescimento no volume do setor de serviços no país	Política e Economia	TV Brasil	http://bit.ly/2lsxES9
01/10/2016	Acidente com trem em uma estação perto de Nova York	Internacional	TV Brasil	http://bit.ly/2kASkFO
01/10/2016	Metalúrgicos protestam em várias partes do país	Cidadania	TV Brasil	http://bit.ly/2lzf1cO
01/10/2016	Internet disponível não significa que alunos acessem com frequência	Tecnologia	TV Brasil	http://bit.ly/2lstrOn
01/10/2016	Casal homossexual tem problemas para marcar parto do bebê	Cidadania	TV Brasil	http://bit.ly/2kuodNY
01/10/2016	BH: organizações cobram dos políticos propostas para a melhoria da cidade	Cidadania	Rede Minas	http://bit.ly/2kdzfpW

01/10/2016	Aluguéis no país continuam aumentando	Política e Economia	TV Brasil	http://bit.ly/2kdzAcc
01/10/2016	Liberados os estrangeiros retidos no aeroporto de Guarulhos	Polícia e Segurança	TV Brasil	http://bit.ly/2kbVHV8
03/10/2016	Tratamento "therasuit" tem ajudado pessoas com paralisia cerebral	Saúde e Comportamento	Rede Minas	http://bit.ly/2lzu71h
03/10/2016	INTO ganha apartamento funcional	Saúde e Comportamento	TV Brasil	http://bit.ly/2kQTsUA
03/10/2016	Estudantes doam cabelo para a confecção de perucas para pacientes com câncer	Cidadania	TVE - PR	http://bit.ly/2lxhaV5
03/10/2016	Informações nos rótulos de produtos alimentícios	Saúde e Comportamento	TVE - RS	http://bit.ly/2kXGYgg
03/10/2016	Japonês ganhou o prêmio Nobel de Medicina	Internacional	TV Brasil	http://bit.ly/2kXO1FD
03/10/2016	Abrir o próprio negócio é o sonho de um em cada três brasileiros	Política e Economia	TV Brasil	http://bit.ly/2kQMZbX
03/10/2016	Equipe econômica do governo se reúne para fechar texto que limita gastos	Política e Economia	TV Brasil	http://bit.ly/2lznITP
03/10/2016	Em São Luís foram registrados novos ataques a ônibus e escolas	Polícia e Segurança	TV Brasil	http://bit.ly/2kAYwOo
03/10/2016	Eleições em Salvador deixaram muita sujeira pelas ruas	Meio Ambiente	TVE - BA	http://bit.ly/2kdDSAk
03/10/2016	São Paulo elege no primeiro turno o novo prefeito	Política e Economia	TV Brasil	http://bit.ly/2kB01w3
03/10/2016	Governo e as Farc se mobilizam para salvar o processo de paz	Internacional	TV Brasil	http://bit.ly/2lzoDDC
03/10/2016	Presidente Michel Temer visita países vizinhos	Política e Economia	TV Brasil	http://bit.ly/2kAWrIC
03/10/2016	Mais de 144 milhões de brasileiros, de 5678 e oito municípios, foram às urnas	Política e Economia	TV Antares - PI	http://bit.ly/2kQOB5R
03/10/2016	Eleições municipais ficaram marcadas pela mudança de protagonismo das principais legendas	Política e Economia	TV Brasil	http://bit.ly/2lSy0se
03/10/2016	1º turno das eleições municipais chamou a atenção pelo alto índice de votos brancos e nulos	Política e Economia	TV Brasil	http://bit.ly/2lznC8d
04/10/2016	Viagem por um trecho do Rio São Francisco	Meio Ambiente	Rede Minas	http://bit.ly/2kQOB5K
04/10/2016	Sífilis aumenta no Brasil entre grávidas e recém-nascidos	Saúde e Comportamento	TV Brasil	http://bit.ly/2dxQXTV
04/10/2016	Há 36 anos, surgia nos Estados Unidos o movimento popular Outubro Rosa	Saúde e Comportamento	Rede Minas	http://bit.ly/2kB1diY

04/10/2016	RJ recebe a maior feira de gastronomia e hotelaria do mundo	Política e Economia	TV Brasil	http://bit.ly/2lxpnsM
04/10/2016	Anistia Internacional acusa nações ricas de transferir a responsabilidade de acolher refugiados para países mais pobres	Internacional	TV Brasil	http://bit.ly/2lsAZ3E
04/10/2016	Prazo para contribuintes que têm dinheiro e bens no exterior declararem o patrimônio à Receita	Política e Economia	TV Brasil	http://bit.ly/2d7aVm0
04/10/2016	Produção industrial cai em todo o país entre os meses de julho e agosto	Política e Economia	TV Brasil	http://bit.ly/2kc4SoM
04/10/2016	MP quer reformula ensino médio	Educação	TV Brasil	http://bit.ly/2kXBhid
04/10/2016	Sete das dez escolas com as melhores médias gerais no Enem são federais	Educação	TV Brasil	http://bit.ly/2kuBu9v
04/10/2016	Uma das principais ruas do centro histórico de Salvador - a rua Chile (escavação)	Outros	TVE - BA	http://bit.ly/2kdQIDW
04/10/2016	Com bons resultados na Paralimpíada do Rio, atletas de Uberlândia já se preparam para próximas competições	Esporte	Rede Minas	http://bit.ly/2dSQona
04/10/2016	Capital paulista tem 800 mil árvores só nas ruas	Meio Ambiente	TV Brasil	http://bit.ly/2dKAIxR
04/10/2016	Instalação de painéis solares em residências cresceu no país	Meio Ambiente	TV Brasil	http://bit.ly/2lxyN79
04/10/2016	Amanhã é comemorado o Dia do Idoso	Cidadania	TV Brasil	http://bit.ly/2lxolqC
04/10/2016	Pichação: para algumas pessoas, trata-se apenas de sujeira e vandalismo	Cidadania	TV Brasil	http://bit.ly/2kQTU5h
04/10/2016	Polícia Civil de SP investiga quem são os responsáveis por jogar tintas em dois monumentos	Polícia e Segurança	TV Brasil	http://bit.ly/2kXO9VT
04/10/2016	Missão Rosetta, o maior projeto da Agência Espacial Européia, chegou ao fim hoje	Internacional	TV Brasil	http://bit.ly/2kdLJ0M
04/10/2016	Líderes de todo o mundo foram ao funeral do ex-presidente de Israel	Internacional	TV Brasil	http://bit.ly/2lzxVjh
04/10/2016	Anular o voto ou votar em branco nestas eleições como forma de protesto	Política e Economia	Rede Minas	http://bit.ly/2l29Aoi
04/10/2016	No Maranhão, cerca de 700 policiais fizeram um operação no Complexo Penitenciário de Pedrinhas	Polícia e Segurança	TV Brasil	http://bit.ly/2kQQrDv
04/10/2016	Presidente Michel Temer participa de encontro com empresários	Política e Economia	TV Brasil	http://bit.ly/2kcgAQ0
04/10/2016	Desemprego no país aumenta nos últimos três meses	Política e Economia	TV Brasil	http://bit.ly/2l2c45R
04/10/2016	Prefeito eleito de São Paulo, João Doria, do	Política e	TV Brasil	http://bit.ly/2kB3pH4

	PSDB, promete mudanças na gestão municipal	Economia		
04/10/2016	Governo da Colômbia se esforça em salvar acordo de paz com guerrilheiros das Farc	Internacional	TV Brasil	http://bit.ly/2kuw9ie
04/10/2016	Prejuízos com ataques aos ônibus de São Luís	Polícia e Segurança	TV Brasil	http://bit.ly/2kQW2K8
04/10/2016	MEC divulga dados sobre ENEM	Educação	TV Unesp	http://bit.ly/2lxMJhj
04/10/2016	Projeto que prevê teto para gastos do governo começa a caminhar no Congresso	Política e Economia	TV Brasil	http://bit.ly/211ZHqD
04/10/2016	Mulheres são apenas 11% dos prefeitos eleitos	Cidadania	TV Brasil	http://bit.ly/2kXJ3ce
05/10/2016	Dia das crianças está chegando	Outros	TVE - BA	http://bit.ly/2IsCCP0
05/10/2016	Destaques do Prêmio do Cinema Brasileiro	Cultura	TV Brasil	http://bit.ly/2lxOYkU
05/10/2016	Obra de reparo do Engenhão	Esporte	TV Brasil	http://bit.ly/2IsJ4Wf
05/10/2016	Entre escolas com 100 melhores médias de notas no Enem de 2015, apenas três são públicas	Educação	TV Brasil	http://bit.ly/2lznBro
05/10/2016	Campanha do Outubro Rosa e o câncer de mama	Saúde e Comportamento	TV Brasil	http://bit.ly/2kdQqrs
05/10/2016	Governo Federal lança programa Criança Feliz	Política e Economia	TV Brasil	http://bit.ly/2lxOtgG
05/10/2016	Reunião na residência oficial do Presidente da Câmara para discutir votação da PEC do teto de gastos	Política e Economia	TV Brasil	http://bit.ly/2kQZfJR
05/10/2016	Greve dos bancos completa um mês e já é a maior dos últimos 12 anos	Outros	TV Brasil	http://bit.ly/2kB6R4l
06/10/2016	Metade das crianças da Região Metropolitana de São Paulo está acima do peso	Saúde e Comportamento	TV Brasil	http://bit.ly/2kXIG0Z
06/10/2016	Milhões de americanos recebem recomendação para deixarem suas casas por causa do furacão Matthew	Internacional	TV Brasil	http://bit.ly/2IsO4tT
06/10/2016	STF mantém possibilidade de prisão a condenados em segunda instância	Polícia e Segurança	TV Brasil	http://bit.ly/2l2kfiS
06/10/2016	Mães do ENEM	Cidadania	TVE - AL	http://bit.ly/2kdPinO
06/10/2016	Censo da educação superior de 2015 é divulgado	Educação	TV Brasil	http://bit.ly/2dWO7XR
06/10/2016	ONU deve confirmar hoje o nome do novo secretário-geral da ONU	Internacional	TV Brasil	http://bit.ly/2kclRHm
06/10/2016	Há 100 anos nascia Ulysses Guimarães	Política e Economia	TV Brasil	http://bit.ly/2kBi3OJ

06/10/2016	Número de pessoas que abrem o próprio negócio aumenta no Brasil	Política e Economia	TV Brasil	http://bit.ly/2l2b1TJ
07/10/2016	Começa a 18ª edição do Festival de Cinema do Rio de Janeiro	Cultura	TV Brasil	http://bit.ly/2kcoicU
07/10/2016	Entenda a polêmica da transposição do Rio São Francisco	Meio Ambiente	Rede Minas	http://bit.ly/2lsOrV7
07/10/2016	Maioria da população defende que estudantes de medicina façam uma prova para receber o diploma	Educação	TV Brasil	http://bit.ly/2lsMIPE
07/10/2016	Produção e as vendas de veículos caíram no país em setembro	Política e Economia	TV Brasil	http://bit.ly/2lzzNbx
07/10/2016	MA: Polícia Federal e CGU fazem mais uma etapa da operação Sermão aos Peixes	Polícia e Segurança	TV Brasil	http://bit.ly/2kQStDH
07/10/2016	DF: Ministério Público e Polícia Civil começam a segunda fase da operação Mr. Hyde	Polícia e Segurança	TV Brasil	http://bit.ly/2kdXioF
07/10/2016	Na Polônia, parlamento rejeitou um projeto que endurecia ainda mais a lei do aborto	Internacional	TV Brasil	http://bit.ly/2lxNBSZ
07/10/2016	Proposta do governo que cria um teto para os gastos públicos está sendo votada	Política e Economia	TV Brasil	http://bit.ly/2kXYZec
07/10/2016	Preço da cesta básica caiu em catorze capitais do país, em setembro	Política e Economia	TV Brasil	http://bit.ly/2kceZKk
07/10/2016	É criado o Mosaico do Jalapão	Meio Ambiente	TV Brasil	http://bit.ly/2kY2Kk5
07/10/2016	Ação do homem no São Francisco trouxe danos ao rio e à região	Meio Ambiente	Rede Minas	http://bit.ly/2kXQmAy
07/10/2016	Museu do Amanhã, no Rio de Janeiro, recebe a exposição Respeito	Cidadania	TV Brasil	http://bit.ly/2kBfts0
07/10/2016	Nobel de Química deste ano foi para três cientistas europeus	Internacional	TV Brasil	http://bit.ly/2lsHfID
07/10/2016	Três mulheres deram a luz enquanto faziam a perigosa travessia do Mar Mediterrâneo	Internacional	TV Brasil	http://bit.ly/2kXUqRe
07/10/2016	Desembargador Ivan Sartori usa a internet para atacar a imprensa	Polícia e Segurança	TV Brasil	http://bit.ly/2kuR58K
07/10/2016	Há três dias, alunos ocupam uma escola do Distrito Federal	Educação	TV Brasil	http://bit.ly/2lxMCIP
07/10/2016	Ministério do Trabalho começa força-tarefa para emitir carteiras de trabalho	Política e Economia	TV Brasil	http://bit.ly/2kBpZiP
07/10/2016	Polícia Federal indícia o ex-presidente Lula	Polícia e Segurança	TV Brasil	http://bit.ly/2ke7qGz
07/10/2016	TCU recomenda rejeição das contas de 2015 da ex-presidente Dilma Rousseff	Política e Economia	TV Brasil	http://bit.ly/2kdYA2S

07/10/2016	STF decide se prisão pode ocorrer depois da condenação na segunda instância	Polícia e Segurança	TV Brasil	http://bit.ly/2kXXY6f
07/10/2016	Setor de franquias cresceu mais de 7%, só no primeiro semestre deste ano	Política e Economia	Rede Minas	http://bit.ly/2kuTgJs
07/10/2016	Hoje é o Dia do Microempreendedor Individual	Política e Economia	TV Brasil	http://bit.ly/2lzzFIY
07/10/2016	Festival de Cinema do Rio aproxima público de quem faz o cinema	Cultura	TV Brasil	http://bit.ly/2kcBpLh
07/10/2016	Massacre do Carandiru completa 24 anos em outubro	Polícia e Segurança	TV Brasil	http://bit.ly/2kR0Sas
07/10/2016	Região Metropolitana de Vitória adota racionamento de água	Meio Ambiente	TVE - ES	http://bit.ly/2kuDUoA
07/10/2016	Chuva forte de granizo muda a cara de Curitiba	Meio Ambiente	TVE - PR	http://bit.ly/2l2wJH1
07/10/2016	Governo consegue primeira aprovação à PEC que limita gastos públicos por 20 anos	Política e Economia	TV Brasil	http://bit.ly/2kBj4Gs
07/10/2016	Serralheiro, morador do Rio, é vítima de acusação falsa na internet	Polícia e Segurança	TV Brasil	http://bit.ly/2lzfKp6
07/10/2016	Presidente da Colômbia, Juan Manuel Santos, recebe Prêmio Nobel da Paz	Internacional	TV Brasil	http://bit.ly/2kuTMah
07/10/2016	Brasil comemora o dia nacional de doação de cordão umbilical	Saúde e Comportamento	TV Brasil	http://bit.ly/2kcpzAK
08/10/2016	No Brasil, apenas um em cada dez brasileiro tira parte do tempo para ajudar outras pessoas	Cidadania	Rede Minas	http://bit.ly/2kcAD10
08/10/2016	Projeto de judô recebeu a visita de ídolos do esporte	Esporte	TV Brasil	http://bit.ly/2kbnUDG
08/10/2016	Calendário paralímpico de 2016 está longe de acabar	Esporte	TV Brasil	http://bit.ly/2kYaOkR
08/10/2016	Furacão Matthew deixou até agora mais de novecentos mortos na passagem pelo Haiti	Internacional	TV Brasil	http://bit.ly/2kuRqbt
08/10/2016	Paraná é o maior produtor de erva mate do país	Política e Economia	TVE - PR	http://bit.ly/2lsUTvE
08/10/2016	Conheça o festival Maker-Fest	Tecnologia	TV Brasil	http://bit.ly/2kejOO7
08/10/2016	Começou mais um simulado do Exame Nacional do Ensino Médio	Educação	Rede Minas	http://bit.ly/2kv6qGD
11/10/2016	Poeta do rock brasileiro Renato Russo morria há exatamente 20 anos	Cultura	TV Brasil	http://bit.ly/2lt5ITN
11/10/2016	Iniciativa, no Rio de Janeiro, mostra como é possível reaproveitar resíduos sólidos	Meio Ambiente	TV Brasil	http://bit.ly/2lzDCO2
11/10/2016	Quem não votou no primeiro turno poderá	Política e	TVU - RN	http://bit.ly/2kBIGnM

	votar normalmente no segundo	Economia		
11/10/2016	Samsung vai reembolsar quem tiver celular do modelo Galaxy Note 7	Tecnologia	TV Brasil	http://bit.ly/2l2qG5f
11/10/2016	No Maranhão, vaqueiros protestam contra proibição da vaquejada	Cultura	TV Brasil	http://bit.ly/2l2mOBm
11/10/2016	Governo consegue vitória na Câmara dos Deputados, com aprovação em primeiro turno da PEC 241	Política e Economia	TV Brasil	http://bit.ly/2kRbZQI
11/10/2016	Estudantes protestam contra PEC 241 e ocupam gabinete oficial da Presidência, em São Paulo	Cidadania	TV Brasil	http://bit.ly/2l2tzmy
11/10/2016	Tom Zé nasceu há exatos 80 anos	Cultura	TV Brasil	http://bit.ly/2kepgAz
11/10/2016	Religiosos comemoram a passagem do círio de nazaré, em Belém do Pará	Cultura	TV Cultura - PA	http://bit.ly/2kBxNRN
11/10/2016	Artista de um bairro pobre do rio vai ter as obras expostas no museu do Louvre	Cultura	TV Brasil	http://bit.ly/2kY3yFA
11/10/2016	Cineasta polonês, Andrei Vágida , morreu neste domingo	Internacional	TV Brasil	http://bit.ly/2lsXo0M
11/10/2016	EUA: foi intensa a repercussão do debate entre os candidatos à presidência Donald Trump e Hillary Clinton	Internacional	TV Brasil	http://bit.ly/2l2sCux
11/10/2016	Intensa troca de tiros causou pânico e fechou o comércio no RJ	Polícia e Segurança	TV Brasil	http://bit.ly/2kehsil
11/10/2016	Na Alemanha, a polícia conseguiu capturar um jovem sírio	Internacional	TV Brasil	http://bit.ly/2lt5Ehr
11/10/2016	Crianças com câncer que fazem tratamento num hospital beneficente ganham festa	Cidadania	TV Brasil	http://bit.ly/2lt82Vv
11/10/2016	Começou a segunda etapa dos testes da chamada - pílula do câncer	Saúde e Comportamento	TV Brasil	http://bit.ly/2lzQ5kS
11/10/2016	Cresceu o número de crianças e adolescentes que navegam na internet no país	Tecnologia	TV Brasil	http://bit.ly/2lydLFj
11/10/2016	Em BH, estudantes protestam contra a proposta de reforma do ensino médio	Educação	Rede Minas	http://bit.ly/2lftmAv
11/10/2016	Ministério Público federal denunciou o ex-presidente Lula e outras dez pessoas	Polícia e Segurança	TV Brasil	http://bit.ly/2l2tT4N
11/10/2016	Economista nascido na grã-bretanha e outro na finlândia venceram o prêmio Nobel de economia	Internacional	TV Brasil	http://bit.ly/2keeMS0
11/10/2016	Contas no vermelho pioram a crise na saúde no RJ	Política e Economia	TV Brasil	http://bit.ly/2lxRaZE
12/10/2016	Cidade de Laranjeiras, em Sergipe, se	Cultura	Aperipê TV	http://bit.ly/2dzlola

	transforma no palco de uma festa centenária			
12/10/2016	OMS recomendou a criação do imposto do açúcar sobre refrigerantes e outras bebidas industrializadas	Saúde e Comportamento	TV Brasil	http://bit.ly/2kY8YAm
12/10/2016	Hoje é o Dia Mundial de Prevenção à Obesidade	Saúde e Comportamento	TV Ceará	http://bit.ly/2kuYtBf
12/10/2016	No mundo, a cada sete segundos, uma garota abaixo de 15 anos é forçada a se casar	Cidadania	TV Brasil	http://bit.ly/2kv476j
12/10/2016	Tensões entre a Rússia e o Ocidente por causa da guerra da Síria	Internacional	TV Brasil	http://bit.ly/2kBXiXC
12/10/2016	Na Alemanha, fazendeiros fizeram um protesto contra a fusão das empresas Bayer e Monsanto	Internacional	TV Brasil	http://bit.ly/2kBCtaj
12/10/2016	Moradores de Bocaiúva do Sul que tiveram casas danificadas recebem doações	Cidadania	TVE - PR	http://bit.ly/2kYkfkH
12/10/2016	Governo do RJ confirma que secretário de Segurança Pública do Estado vai deixar o cargo	Polícia e Segurança	TV Brasil	http://bit.ly/2kRxMYa
12/10/2016	Escolas de ensino médio de todo o país vão abrir quase 260 mil vagas de tempo integral	Polícia e Segurança	TV Brasil	http://bit.ly/2lzS9ci
12/10/2016	Em setembro, caiu o medo que o brasileiro tem de perder o emprego	Saúde e Comportamento	TV Brasil	http://bit.ly/2kRyLYy
12/10/2016	PEC que determina os limites dos gastos dos três poderes é aprovada	Política e Economia	TV Brasil	http://bit.ly/2kBziiZ
12/10/2016	Reforma da Previdência foi o principal tema do dia em Brasília	Política e Economia	TV Brasil	http://bit.ly/2lzUKmS
12/10/2016	Iniciativas buscam incentivar o hábito da leitura	Cultura	TV Brasil	http://bit.ly/2kY8GJW
12/10/2016	Riomarket termina nesta quarta-feira, no Rio de Janeiro	Cultura	TV Brasil	http://bit.ly/2kv8uhL
12/10/2016	Enem está chegando e muitos estudantes permanecem com dúvida sobre qual carreira seguir	Educação	TV Brasil	http://bit.ly/2ly0jS3
12/10/2016	Rodrigo Maia retira da pauta da Câmara dos Deputados projeto sobre repatriação de recursos	Política e Economia	TV Brasil	http://bit.ly/2kRyo0a
12/10/2016	Fiéis lotam santuário de Aparecida em São Paulo no dia da padroeira do Brasil	Cultura	TV Brasil	http://bit.ly/2kY8336
12/10/2016	Jovens escoteiros visitam comunidade indígena, no Amazonas	Cultura	TV Cultura - AM	http://bit.ly/2kRwf4H

12/10/2016	Mais de 1.700 crianças que têm alguma deficiência ou doença crônica aguardam pela adoção no país	Cidadania	TV Brasil	http://bit.ly/2kBxI5O
12/10/2016	Aulas de circo são as mais disputadas pelos alunos de uma escola pública de Vila Velha, no ES	Educação	TV Cultura - ES	http://bit.ly/2keniAo
13/10/2016	Mercado de cervejas artesanais é exceção do momento de crise no país	Política e Economia	TV Brasil	http://bit.ly/2lteLi9
13/10/2016	Autoridades e ambientalistas discutem o que fazer com capivaras que habitam orla da Lagoa da Pampulha	Meio Ambiente	Rede Minas	http://bit.ly/2ltcx24
13/10/2016	Projeto transforma realidade de 120 famílias no subúrbio de Salvador	Cidadania	TVE - BA	http://bit.ly/2kevJM0
13/10/2016	Governo do Paraná vai fazer audiências públicas para debater mudanças no Ensino Médio	Educação	TVE - PR	http://bit.ly/2kYhJJK
13/10/2016	Bob Dylan conquista Nobel de Literatura	Internacional	TV Brasil	http://bit.ly/2dTngkp
13/10/2016	Mais da metade dos microempreendedores individuais estão inadimplentes no Brasil	Internacional	TVE - PR	http://bit.ly/2kBFc3q
13/10/2016	IBGE divulga novo indicador sobre mercado de trabalho	Política e Economia	TV Brasil	http://bit.ly/2lt01zI
13/10/2016	No RJ, falhas na pavimentação teriam contribuído para morte de ciclista de 19 anos	Polícia e Segurança	TV Brasil	http://bit.ly/2ltgTGt
13/10/2016	Asfalto ruim está presente em quase metade das rodovias brasileiras	Transporte	TVE - ES	http://bit.ly/2ltgsMx
13/10/2016	No Catavento, em SP, a criança aprende enquanto se diverte	Educação	TV Brasil	http://bit.ly/2kcV4ee
13/10/2016	Guerra na Síria chegou a Buenos Aires	Internacional	TV Brasil	http://bit.ly/2kYt2CN
13/10/2016	Três refugiados Sírios que ajudaram a polícia alemã	Internacional	TV Brasil	http://bit.ly/2IA0sVS
13/10/2016	Restaurantes do Paraná vão destacar os grãos e as leguminosas nos pratos	Saúde e Comportamento	TVE - PR	http://bit.ly/2lteUls
13/10/2016	Cristo Redentor completa oitenta e cinco anos	Outros	TV Brasil	http://bit.ly/2kcQZqI
13/10/2016	Exposição apresenta o universo criativo da arquiteta Lina Bo Bardi	Cultura	TV Brasil	http://bit.ly/2I2Hmtn
13/10/2016	Exposição conta a trajetória do Banco do Brasil	Cultura	TV Brasil	http://bit.ly/2lylX8z
13/10/2016	Campanha quer chamar atenção de pais e filhos para abandono virtual	Saúde e Comportamento	TVE - PR	http://bit.ly/2kYpNLy
13/10/2016	Profissionais e alunos da escola de música	Cultura	TV Brasil	http://bit.ly/2kcJVdq

	do Maranhão reclamam de falta de apoio			
13/10/2016	Chefe da polícia civil do Rio, Fernando Veloso, também entregou o cargo	Polícia e Segurança	TV Brasil	http://bit.ly/2l2IBJ3
13/10/2016	No Rio, o dia das crianças foi comemorado com brincadeiras ao ar livre (crianças refugiadas)	Cidadania	TV Brasil	http://bit.ly/2lytkNq
13/10/2016	Declaração dos Direitos da Criança	Cidadania	TVE - BA	http://bit.ly/2kcKnbc
14/10/2016	Profissionais do sexo da rua Guaicurus querem transformar o local em patrimônio imaterial	Outros	Rede Minas	http://bit.ly/2kvireV
14/10/2016	Uso abusivo da tecnologia pode causar problemas em crianças	Saúde e Comportamento	TVE - PR	http://bit.ly/2lAcgaH
14/10/2016	Medida inclui meninos na vacinação contra o HPV	Saúde e Comportamento	TV Brasil	http://bit.ly/2kcUayq
14/10/2016	Médicos paulistas fizeram cirurgia de transplante de útero	Saúde e Comportamento	TV Brasil	http://bit.ly/2kcYjiQ
14/10/2016	Veja dicas de segurança para o blindex do banheiro	Saúde e Comportamento	TV Brasil	http://bit.ly/2lyfKtc
14/10/2016	Donald Trump negou as acusações de abuso sexual	Internacional	TV Brasil	http://bit.ly/2lyqb05
14/10/2016	Aplicativo Pardal recebeu mais de 60 mil denúncias de irregularidades	Tecnologia	TV Brasil	http://bit.ly/2l2Lytm
14/10/2016	Polícia Federal do Amazonas desmontou organização de tráfico internacional	Polícia e Segurança	TV Em Tempo - AM	http://bit.ly/2ltnIYA
14/10/2016	Falta qualidade no asfalto das ruas e das estradas	Transporte	TV Cultura - AM	http://bit.ly/2ltq1LI
14/10/2016	Dois ex-governadores do Tocantins são acusados de fraudar licitações	Polícia e Segurança	TVE - TO	http://bit.ly/2kYAXtl
14/10/2016	IBGE divulgou um novo indicador sobre o mercado de trabalho	Política e Economia	TV Brasil	http://bit.ly/2kBSYmQ
14/10/2016	Sete em cada dez pessoas sentem tristeza quando estão endividadadas	Política e Economia	TV Brasil	http://bit.ly/2lA7s55
14/10/2016	Horário brasileiro de verão começa no fim de semana	Saúde e Comportamento	TV Brasil	http://bit.ly/2kcYMVf
14/10/2016	Ação social, no RJ, distribui óculos para crianças pobres	Cidadania	TV Brasil	http://bit.ly/2ket4lA
14/10/2016	Flica leva título de evento literário mais charmoso do Brasil	Cultura	TVE - BA	http://bit.ly/2kRNNxk
14/10/2016	60 anos de o Encontro Marcado, de Fernando Sabino	Cultura	Rede Minas	http://bit.ly/2kRNNxk

14/10/2016	Petrobras anuncia redução no preço dos combustíveis	Política e Economia	TV Brasil	http://bit.ly/2keNb2S
15/10/2016	Jogos da Associação Mineira de Reabilitação	Esporte	Rede Minas	http://bit.ly/2ltFfjr
15/10/2016	Mais da metade das novas vagas oferecidas no ensino superior no ano passado não foram preenchidas.	Educação	TV Brasil	http://bit.ly/2kfcwKa
15/10/2016	Hipermetropia, miopia e astigmatismo na infância	Saúde e Comportamento	TV Brasil	http://bit.ly/2ebulux
15/10/2016	Fabricantes de cosméticos destinados ao público infantil têm 6 meses para adequar os rótulos dos produtos às novas regras da Anvisa	Saúde e Comportamento	TV Brasil	http://bit.ly/2kvJg2T
15/10/2016	Danos psicológicos e de interação social que o uso abusivo de tecnologia pode trazer às crianças	Saúde e Comportamento	TVE - PR	http://bit.ly/2kSiP8x
15/10/2016	O trabalho infantil	Cidadania	TV Brasil	http://bit.ly/2l3s5J4
15/10/2016	O governo de Israel suspendeu todas as parcerias de cooperação com a Unesco	Internacional	TV Brasil	http://bit.ly/2kfaXf4
15/10/2016	Alemanha: Traços do DNA de um líder neonazista foram identificados junto aos restos mortais de uma menina, desaparecida há 15 anos	Internacional	TV Brasil	http://bit.ly/2lyOZVu
15/10/2016	Ministro da Fazenda diz que a proposta que estabelece um teto para os gastos públicos não prejudica a autonomia dos poderes	Política e Economia	TV Brasil	http://bit.ly/2lyPhvy
15/10/2016	Polícia Civil do Pará investiga a morte do secretário estadual de Meio Ambiente e Turismo	Polícia e Segurança	TV Brasil	http://bit.ly/2lyFk1t
15/10/2016	A CNI acredita que o PIB vai ter uma retração de 3,1%, em 2016	Política e Economia	TV Brasil	http://bit.ly/2keVwUq
17/08/2016	Chuck Berry, um dos pais do rock, completa 90 anos	Internacional	TV Brasil	http://bit.ly/2l3kDO5
18/10/2016	No Paraná, estudantes ocupam 600 escolas e 11 universidades contra mudanças no Ensino Médio	Educação	TVE - PR	http://bit.ly/2kCvjT5
18/10/2016	Rússia e exército da Síria antecipam cessar-fogo na cidade de Aleppo	Internacional	TV Brasil	http://bit.ly/2lyWADC
18/10/2016	Protesto contra PEC 241 no RJ	Cidadania	TV Brasil	http://bit.ly/2kYKSW2
18/10/2016	Pesquisa mensal do comércio mostra queda nas vendas em agosto	Política e Economia	TV Brasil	http://bit.ly/2lAsksO
18/10/2016	Dez pessoas morrem durante rebelião em penitenciária de Roraima	Polícia e Segurança	TV Brasil	http://bit.ly/2l3tT4O

18/10/2016	Polícia trabalha para recapturar últimos presos que fugiram de presídio em Franco da Rocha, em SP	Polícia e Segurança	TV Brasil	http://bit.ly/2kCjk8g
18/10/2016	Brasil está na pior posição da América do Sul em qualidade de vida para meninas	Cidadania	Rede Minas	http://bit.ly/2kCjNXQ
18/10/2016	Menos da metade dos mamógrafos funciona na rede estadual do Rio	Saúde e Comportamento	TV Brasil	http://bit.ly/2lAz49X
18/10/2016	Brasileiros estão altamente conectados à internet pelo celular	Tecnologia	TV Brasil	http://bit.ly/2kfkD9L
18/10/2016	Ministério da Saúde promete concluir instalação dos aparelhos de radioterapia até 2018	Saúde e Comportamento	TV Brasil	http://bit.ly/2kfmcnL
18/10/2016	Tsunami meteorológico atingiu Santa Catarina nesse domingo	Meio Ambiente	TV Brasil	http://bit.ly/2lyE0vh
18/10/2016	Rio ganhou mais uma estátua nesse fim de semana: uma representação de Mercedes Batista	Cultura	TV Brasil	http://bit.ly/2kSjczW
18/10/2016	Em todo sistema judiciário brasileiro, quase 74 milhões de processos aguardam julgamento	Polícia e Segurança	TV Brasil	http://bit.ly/2kSeAd4
18/10/2016	No estado de São Paulo, uma lei proíbe a revista íntima em quem visita presos	Polícia e Segurança	TV Brasil	http://bit.ly/2kYPaNg
18/10/2016	Novo secretário de segurança do Rio de Janeiro tomou posse hoje	Polícia e Segurança	TV Brasil	http://bit.ly/2ltELdc
18/10/2016	Brasil e Índia buscam estreitar os laços e criar mais oportunidades de investimento	Política e Economia	TV Brasil	http://bit.ly/2kSfPsO
18/10/2016	Mercado financeiro espera uma redução da taxa básica de juros	Política e Economia	TV Brasil	http://bit.ly/2kYQQX8
19/10/2016	Aniversário de 25 anos da conquista do tricampeonato mundial de Ayrton Senna	Esporte	TV Brasil	http://bit.ly/2kfxVTn
19/10/2016	No Rio, Museu de Astronomia e Ciências Afins homenageou a cientista Johanna Dobereiner	Tecnologia	TV Brasil	http://bit.ly/2l3j2rv
19/10/2016	Há um ano moradores de São Cristóvão acordaram de madrugada com uma explosão	Outros	TV Brasil	http://bit.ly/2lABFkd
19/10/2016	Noventa dos cem maiores municípios brasileiros avaliados perdem mais de 25% da água produzida	Meio Ambiente	TV Brasil	http://bit.ly/2l3md2d
19/10/2016	Ministro da Justiça, Alexandre Moraes participa da reunião da Comissão Nacional da Anistia	Política e Economia	TV Brasil	http://bit.ly/2ltQKYb
19/10/2016	Na Argentina, milhares de trabalhadoras	Internacional	TV Brasil	http://bit.ly/2dCZuWA

	saíram às ruas, vestidas de preto			
19/10/2016	Fundador do Wikileaks tem acesso à internet reduzido depois que site divulgou informações sobre Hillary Clinton	Internacional	TV Brasil	http://bit.ly/2ltMyYn
19/10/2016	Presidente Michel Temer antecipa volta do Japão	Política e Economia	TV Brasil	http://bit.ly/2lz294Z
19/10/2016	Indústria, comércio e serviços se preparam para o fim de ano	Política e Economia	TV Brasil	http://bit.ly/2kvsia4A
19/10/2016	Até 2020, o país precisa qualificar treze milhões de trabalhadores em ocupações industriais	Política e Economia	TV Brasil	http://bit.ly/2lyNoPM
19/10/2016	Em agosto, o setor de serviços teve a maior queda dos últimos quatro anos, para o mês	Política e Economia	TV Brasil	http://bit.ly/2lyTQ9p
19/10/2016	Feira de tecnologia incentiva os alunos a pensarem numa vaga no mercado de trabalho	Tecnologia	TV Brasil	http://bit.ly/2lyMLW7
19/10/2016	Ainda dá tempo de fazer o último simulado do portal Hora do Enem	Educação	TV Brasil	http://bit.ly/2kfrla3
19/10/2016	Candidatos ao Enem já podem consultar os locais onde vão fazer as provas	Educação	Rede Minas	http://bit.ly/2kfnMGz
19/10/2016	Ex-deputado federal, Eduardo Cunha, é preso, em Brasília	Polícia e Segurança	TV Brasil	http://bit.ly/2IAA0eq
19/10/2016	Milhares de cariocas visitam exposição do mestre do Cubismo, Pablo Picasso	Cultura	TV Brasil	http://bit.ly/2kSiOBw
19/10/2016	Saiba como o Crossfit pode ajudar pessoas com deficiência	Saúde e Comportamento	TVE - PR	http://bit.ly/2kSdm1d
19/10/2016	Estiagem no Nordeste provoca problemas no abastecimento de água	Meio Ambiente	TV Brasil	http://bit.ly/2l3vQ0P
19/10/2016	Setor de serviços tem nova retração, em agosto	Política e Economia	TV Brasil	http://bit.ly/2lAxxgF
20/10/2016	Estudantes já podem renovar contratos para segundo semestre do Fies	Educação	TV Brasil	http://bit.ly/2l3w1Jx
20/10/2016	Presos do regime semiaberto trabalham na Defensoria Pública do Estado do Rio de Janeiro	Cidadania	TV Brasil	http://bit.ly/2kYTJHy
20/10/2016	Ministro da Educação diz que Enem pode ser suspenso em mais de 180 escolas ocupadas	Educação	Rede Minas	http://bit.ly/2lyZKXZ
20/10/2016	Mulheres da Argentina vão às ruas para protestar contra crime que chocou país	Internacional	TV Brasil	http://bit.ly/2kvByWb
20/10/2016	Candidatos à presidência dos EUA se enfrentam no último debate antes da eleição	Internacional	TV Brasil	http://bit.ly/2lAszEd

20/10/2016	Prisão de Cunha repercute nos principais jornais do mundo	Política e Economia	TV Brasil	http://bit.ly/2l3sUSe
20/10/2016	Quatro anos depois, juros voltam a cair	Política e Economia	TV Brasil	http://bit.ly/2ltPmom
21/10/2016	Mais de 300 artesãos de todo país estão em São Paulo para uma feira	Cultura	TV Brasil	http://bit.ly/2kn1tDu
21/10/2016	Polícia Federal prende quatro agentes da polícia legislativa do Senado	Polícia e Segurança	TV Brasil	http://bit.ly/2l4MeMV
21/10/2016	Muitas tempestades com raios em Curitiba nesta semana	Meio Ambiente	TVE - PR	http://bit.ly/2l4OmUK
21/10/2016	Há doze anos, o Tribunal de Justiça do Rio de Janeiro adota o projeto justiça itinerante	Cidadania	TV Brasil	http://bit.ly/2kGLn3J
21/10/2016	DF: Coordenador de ortopedia da Secretaria de Saúde é preso	Polícia e Segurança	TV Brasil	http://bit.ly/2l4Ei4k
21/10/2016	Recentes empreendimentos trazem problema para o Rio das Velhas: a poluição	Meio Ambiente	Rede Minas	http://bit.ly/2ktkPSU
21/10/2016	O brasileiro consome muito mais agrotóxicos do que o aceitável	Saúde e Comportamento	Rede Minas	http://bit.ly/2l4Ec6n
21/10/2016	Urnas que serão utilizadas no segundo turno já começaram a ser preparadas	Política e Economia	TV Brasil	http://bit.ly/2ldbzqb
21/10/2016	Congresso Nacional discute dez medidas de contra a corrupção	Política e Economia	TV Brasil	http://bit.ly/2lcQa0g
21/10/2016	Chuvas em SP	Meio Ambiente	TV Brasil	http://bit.ly/2lGR2Ln
21/10/2016	Justiça condena estado de SP a pagar indenização pela conduta violenta da PM	Polícia e Segurança	TV Brasil	http://bit.ly/2lGRUj5
21/10/2016	Começa, em São Paulo, a Mostra Internacional de Cinema	Cultura	TV Brasil	http://bit.ly/2l4MJX2
21/10/2016	Donald Trump diz não reconhecer qualquer resultado que saia das urnas	Internacional	TV Brasil	http://bit.ly/2lMadPK
21/10/2016	Reacende debate sobre cultura do estupro	Cidadania	TV Brasil	http://bit.ly/2kGrN7M
21/10/2016	No Brasil, 476 mil mulheres devem ter sido vítimas de violência sexual em 2014	Polícia e Segurança	TV Brasil	http://bit.ly/2ktF0jf
21/10/2016	Habilidades da maternidade podem ser úteis numa empresa	Cidadania	Rede Minas	http://bit.ly/2lgeNJI
21/10/2016	Polêmica entre taxistas e motoristas do Uber em Belo Horizonte (novos apps)	Tecnologia	Rede Minas	http://bit.ly/2lg5Xv1
21/10/2016	Salvador tem o terceiro pior sistema de transporte público do país	Transporte	TVE - BA	http://bit.ly/2lMnDvp
21/10/2016	Justiça libera aplicação de multas para quem dirigir com o farol desligado em rodovias	Transporte	TV Brasil	http://bit.ly/2ktAiSM

21/10/2016	Parte das verbas destinadas para combater o aedes aegypti não foi usada	Política e Economia	TV Brasil	http://bit.ly/2kPtOBh
21/10/2016	O nível de atividade da economia brasileira intensifica ritmo de queda em agosto	Política e Economia	TV Brasil	http://bit.ly/2lMinrD
22/10/2016	Mostra fotográfica reúne exposições para ajudar a contar a história da Vila Madalena	Outros	TV Brasil	http://bit.ly/2l3Exs3
22/10/2016	A internet está mudando a forma da gente se relacionar	Saúde e Comportamento	TV Brasil	http://bit.ly/2kCuqKr
22/10/2016	Aplicativo de celular reúne pessoas que querem praticar esportes	Esporte	TV Brasil	http://bit.ly/2kdHE6s
22/10/2016	Em todo o mundo, ainda são poucos os profissionais especialistas em esporte para pessoas com deficiência	Esporte	TV Brasil	http://bit.ly/2kflwis
22/10/2016	Exposição conta a história dos países africanos de onde vieram os escravos para o Brasil	Cultura	TV Brasil	http://bit.ly/2l3wtrs
22/10/2016	Imagina ter um quintal cheio de plantas e verduras fresquinhas	Saúde e Comportamento	Rede Minas	http://bit.ly/2kZ8Qkl
22/10/2016	Projeto de escola criado por um grupo de alunas ajuda crianças com paralisia cerebral	Cidadania	TVE - BA	http://bit.ly/2kvPHCR
22/10/2016	Infarto nem sempre vem acompanhado de sintomas como dor no peito e dormência no braço	Saúde e Comportamento	TVE - PR	http://bit.ly/2kYU1yc
22/10/2016	Quase mil pessoas foram intoxicadas por causa de um incêndio em fábrica de enxofre, no Iraque	Internacional	TV Brasil	http://bit.ly/2lz5ZuV
22/10/2016	Projeto em discussão no congresso quer alterar a lei que trata dos agrotóxicos	Meio Ambiente	Rede Minas	http://bit.ly/2kfwuEo
22/10/2016	As multas de trânsito vão ficar, em média, 50% mais caras	Transporte	TVE - PR	http://bit.ly/2kfjT4c
22/10/2016	O número de famílias endividadas no país diminuiu	Política e Economia	TV Brasil	http://bit.ly/2l3gXf0
22/10/2016	Três dos quatro policiais do Senado presos na operação Metis foram soltos depois de prestar depoimento	Polícia e Segurança	TV Brasil	http://bit.ly/2kYUBv
23/10/2016	Começou, em Brasília, a 3ª Bienal Brasil do Livro e da Leitura	Cultura	TV Brasil	http://bit.ly/2kCoK30
23/10/2016	No Iraque, o governo avança para retomar Mossul	Internacional	TV Brasil	http://bit.ly/2lAIVNI
23/10/2016	Candidatos à presidência Donald Trump e Hillary Clinton participam de jantar	Internacional	TV Brasil	http://bit.ly/2ltYlK7
23/10/2016	Na Venezuela, vários líderes opositores	Internacional	TV Brasil	http://bit.ly/2kvHuhS

	foram proibidos de deixar o país			
24/10/2016	Em Maceió, na exposição "A Lágrima das Coisas", as cores são protagonistas	Cultura	TVE - AL	http://bit.ly/2kYYbpr
24/10/2016	Faltam dois meses para o Natal, mas já tem panetone nas prateleiras (obras sociais)	Cidadania	TVE - BA	http://bit.ly/2lyPaQH
24/10/2016	É possível envelhecer bem com qualidade de vida	Saúde e Comportamento	Rede Minas	http://bit.ly/2kZcACd
24/10/2016	Dor de cabeça é o principal desconforto físico sentido pelos brasileiros	Saúde e Comportamento	TV Brasil	http://bit.ly/2kZfNBD
24/10/2016	Empresa Brasil de Comunicação comemora nove anos nesta segunda	Outros	TV Brasil	http://bit.ly/2kCJffJ
24/10/2016	Acordo de livre comércio entre União Europeia e Canadá corre o risco de não sair do papel	Internacional	TV Brasil	http://bit.ly/2kSkHOj
24/10/2016	Concentração de gases que causam o efeito estufa ultrapassa limite simbólico	Meio Ambiente	TV Brasil	http://bit.ly/2l3Cd4s
24/10/2016	No dia cinco de novembro completa um ano do rompimento da barragem do Fundão	Meio Ambiente	Rede Minas	http://bit.ly/2l3pqjp
24/10/2016	Sede da Cruz Vermelha, em São Luís, é arrombada	Polícia e Segurança	TV Brasil	http://bit.ly/2lu0DoF
24/10/2016	Presidente Michel Temer defende projeto de lei que trata da exploração de petróleo do pré-sal	Política e Economia	TV Brasil	http://bit.ly/2kvHZJ7
24/10/2016	Seminário discute formas de reduzir desigualdade	Cidadania	TV Brasil	http://bit.ly/2kfywES
24/10/2016	No Rio, caminhada marca combate ao preconceito à pessoa com nanismo	Cidadania	TV Brasil	http://bit.ly/2l3zWpl
24/10/2016	França começa a demolir campo de refugiados de Calais	Internacional	TV Brasil	http://bit.ly/2kYZtRk
24/10/2016	Estratégias dos estudantes na reta final de preparação para Enem	Educação	TV Brasil	http://bit.ly/2kZ0YiM
24/10/2016	Controlar ansiedade é um dos principais desafios para candidatos do Enem	Educação	TVE - BA	http://bit.ly/2kvSoEo
25/10/2016	Carlos Alberto Torres - o capitão do tri - morreu hoje, no rio, aos 72 anos	Outros	TV Brasil	http://bit.ly/2kpzaQh
25/10/2016	Pesquisa revela que aumentou o número de brasileiros que ajudaram a quem precisava	Cidadania	TV Brasil	http://bit.ly/2l8oj1p
25/10/2016	Revitalização da zona portuária do Rio	Política e Economia	TV Brasil	http://bit.ly/2lCKBJm
25/10/2016	É desocupada a escola onde estudante de dezesseis anos foi morto por outro colega, no Paraná	Polícia e Segurança	TVE - PR	http://bit.ly/2kk9sBu

25/10/2016	Ibama apresentou balanço das ações em Mariana	Meio Ambiente	Rede Minas	http://bit.ly/2113ZMK
25/10/2016	Em São Luís, delegacia do meio ambiente desmontou um esquema de crimes de maus tratos	Meio Ambiente	TV Brasil	http://bit.ly/210WwgX
25/10/2016	Seis em cada dez armas apreendidas na região sudeste do país são de fabricação nacional	Polícia e Segurança	TV Brasil	http://bit.ly/21IM0ec
25/10/2016	Começa a demolição do campo de refugiados de Calais, na França	Internacional	TV Brasil	http://bit.ly/2kDtAdE
25/10/2016	Vaticano vai abrir arquivos sobre a ditadura na Argentina	Internacional	TV Brasil	http://bit.ly/2kkeldN
25/10/2016	Milhares de vaqueiros protestam, na Esplanada dos Ministérios, contra a proibição da vaquejada	Cultura	TV Brasil	http://bit.ly/2kkjGSq
25/10/2016	No próximo domingo, 55 municípios vão escolher seus prefeitos	Política e Economia	TV Brasil	http://bit.ly/218ILAg
25/10/2016	Cármem Lúcia, rebate críticas ao Judiciário feitas por Renan Calheiros	Política e Economia	TV Brasil	http://bit.ly/2188NCw
25/10/2016	Anima Mundi vai exibir lançamento de projeto de animação da Google	Cultura	TV Brasil	http://bit.ly/218r1nC
25/10/2016	ANP autua mais de 70 postos de combustíveis no estado de SP, em apenas uma semana	Polícia e Segurança	TV Brasil	http://bit.ly/210QAEx
26/10/2016	Você sabia que as emoções influenciam nos acidentes no trânsito?	Saúde e Comportamento	Rede Minas	http://bit.ly/21IVC8v
26/10/2016	58% das rodovias brasileiras apresentam algum tipo de problema	Transporte	TV Brasil	http://bit.ly/21CMOnW
26/10/2016	Enterrado o corpo do ex-jogador da seleção brasileira Carlos Alberto Torres	Outros	TV Brasil	http://bit.ly/21I9104
26/10/2016	A procura por orgânicos cresce a cada ano, apesar de serem mais caros (comércio)	Política e Economia	TVE - PR	http://bit.ly/2kLTUoq
26/10/2016	Invenção que regula o ar condicionado pode trazer a paz no ambiente profissional	Tecnologia	TVE - PR	http://bit.ly/21cGUJ7
26/10/2016	Pesquisa aponta que estão em uso, no país, 160 milhões de smartphones	Tecnologia	TV Brasil	http://bit.ly/21HQDV2
26/10/2016	Está em vigor uma resolução com as novas regras para ouvir música no carro	Transporte	Rede Minas	http://bit.ly/21J4KKz
26/10/2016	Nicolás Maduro convoca Conselho de Defesa da Nação para avaliar "golpe parlamentar"	Internacional	TV Brasil	http://bit.ly/2112PAW
26/10/2016	Índice de Confiança do Consumidor do mês de outubro subiu 1,8% em relação a	Política e	TV Brasil	http://bit.ly/2116O0o

	setembro	Economia		
26/10/2016	Proposta que limita crescimento dos gastos federais por 20 anos começou a tramitar no Senado	Política e Economia	TV Brasil	http://bit.ly/2llcThr
26/10/2016	Brasil vai levar quase cem anos para alcançar a igualdade de gênero	Cidadania	TV Brasil	http://bit.ly/2kDzBae
26/10/2016	Casamento precoce, trabalho infantil e outras práticas prejudicam a saúde e ferem direitos de meninas	Cidadania	TV Brasil	http://bit.ly/2ICMWRD
26/10/2016	Exposição em Embu das Artes, em SP, homenageia o grande artista Aurino Bonfim,	Cultura	TV Brasil	http://bit.ly/2knaNHD
26/10/2016	Desligamento da TV analógica em Brasília e 9 cidades goianas começou hoje	Tecnologia	TV Brasil	http://bit.ly/2IJ5hfv
26/10/2016	Brasil deve registrar 58 mil novos casos de câncer de mama até fim do ano	Saúde e Comportamento	Rede Minas	http://bit.ly/2IJ4N8W
26/10/2016	Pessoas com deficiência têm direito a isenção de impostos na hora de comprar um carro	Cidadania	TV Unesp	http://bit.ly/2kDKuZJ
26/10/2016	Na Venezuela, oposição abre processo político no Parlamento, contra presidente Nicolás Maduro	Internacional	TV Brasil	http://bit.ly/2kkwwjw
26/10/2016	Ecovila no estado do Rio aquece água com energia solar	Meio Ambiente	TV Brasil	http://bit.ly/2ICRn1D
26/10/2016	Câmara dos Deputados aprova em segundo turno limite dos gastos do governo	Política e Economia	TV Brasil	http://bit.ly/2IJ4sTR
27/10/2016	Salvador ganha dez painéis gigantes pintados por artistas da cidade	Cultura	TVE - BA	http://bit.ly/2IJ2x1t
27/10/2016	Gentileza urbana faz bem à saúde e pode tornar as cidades muito mais agradáveis	Saúde e Comportamento	Rede Minas	http://bit.ly/2kpMDrj
27/10/2016	Mulheres que foram mantidas como escravas sexuais pelo Estado Islâmico recebem prêmio Sakharov	Internacional	TV Brasil	http://bit.ly/2ICYoQ5
27/10/2016	Curitiba recebe o campeonato mundial feminino de punhobol	Esporte	TVE - BA	http://bit.ly/2IIXxKp
27/10/2016	História da tragédia do rompimento da barragem do Fundão, em Mariana, vira livro infantil	Meio Ambiente	Rede Minas	http://bit.ly/2kppPYC
27/10/2016	Na Itália, centenas de pessoas estão desabrigadas por causa dos terremotos	Internacional	TV Brasil	http://bit.ly/2IIgDj2
27/10/2016	2/3 dos animais selvagens poderão desaparecer até 2020	Meio Ambiente	TV Brasil	http://bit.ly/2IJ05ly
27/10/2016	Encontro em São Paulo discute as alternativas para melhorar a segurança	Polícia e	TV Brasil	http://bit.ly/2kpO6xM

	digital	Segurança		
27/10/2016	Observatório do Clima divulga dados de monitoramento sobre emissões dos gases	Meio Ambiente	TV Brasil	http://bit.ly/2kDoqi0
27/10/2016	STF suspende Operação Métris	Polícia e Segurança	TV Brasil	http://bit.ly/2kktQCy
27/10/2016	13º deve injetar quase R\$ 200 bilhões na economia até dezembro	Política e Economia	TV Brasil	http://bit.ly/2ICUPcO
27/10/2016	Doze milhões de brasileiros estão desocupados	Política e Economia	TV Brasil	http://bit.ly/2kDsor0
27/10/2016	Nova lei regulariza a contratação de pessoas jurídicas para prestação de serviços em salões de beleza	Política e Economia	TV Brasil	http://bit.ly/2II5X3Y
27/10/2016	Capoeirista usa a tradição das rodas para mudar vida de jovens da periferia de Fortaleza	Cidadania	TV Ceará	http://bit.ly/2eV4J31
27/10/2016	Novos tremores são registrados no centro da Itália	Internacional	TV Brasil	http://bit.ly/2IIjxUY
27/10/2016	Na Venezuela pelo menos uma pessoa morreu e centenas ficaram feridas após atos contra Maduro	Internacional	TV Brasil	http://bit.ly/2ID3r2K
27/10/2016	STF decide que aposentados não poderão pedir novo cálculo da aposentadoria se continuarem no mercado de trabalho	Política e Economia	TV Brasil	http://bit.ly/2IcLQ0H
27/10/2016	Ibge divulga novos dados do desemprego, que atinge 11,8% dos brasileiros	Política e Economia	TV Brasil	http://bit.ly/2kDHFry
27/10/2016	País com energia limpa é possível até 2050	Meio Ambiente	TV Brasil	http://bit.ly/2kpKImw
28/10/2016	Fiéis de todos o país celebraram, hoje, o dia de São Judas Tadeu	Cultura	Rede Minas	http://bit.ly/2IHZXIm
28/10/2016	Adversário do Boa Esporte na final da Série C é o Guarani	Esporte	TV Brasil	http://bit.ly/2ID4CiG
28/10/2016	Em Varginha, time Boa Esporte, de futebol, ganha fama	Esporte	TV Brasil	http://bit.ly/2kDDL1P
28/10/2016	Belo Horizonte recebe mais uma edição do Congresso Paradesportivo Internacional	Esporte	Rede Minas	http://bit.ly/2kDEmRI
28/10/2016	700 mil eleitores do Paraná, tiveram os locais de votação alterados	Política e Economia	TVE - PR	http://bit.ly/2kxoo8
28/10/2016	Alguns setores estão driblando a crise e continuam contratando	Política e Economia	TV Brasil	http://bit.ly/211ekZI
28/10/2016	É inaugurado, em Curitiba, o primeiro bar de gelo permanente do Brasil	Outros	TVE - PR	http://bit.ly/2kpWfw
28/10/2016	Conheça o Ecomuseu do Cipó, próximo a Belo Horizonte	Cultura	Rede Minas	http://bit.ly/2I8FKi8

28/10/2016	Países concordam em criar o maior parque marinho do mundo, na Antártida	Internacional	TV Brasil	http://bit.ly/2IImlvE
28/10/2016	ONU diz que estado islâmico matou pelo menos 232 pessoas nos ataques no Iraque	Internacional	TV Brasil	http://bit.ly/2I8OAMT
28/10/2016	Na Venezuela, greve geral teve adesão abaixo da esperada	Internacional	TV Brasil	http://bit.ly/2Ii4H0M
28/10/2016	Festival discute a falta de espaço para os negros no Brasil	Cidadania	TV Brasil	http://bit.ly/2kpxohY
28/10/2016	Aneel faz leilão de 21 lotes de linhas de transmissão de energia	Meio Ambiente	TV Brasil	http://bit.ly/2IJCeUm
28/10/2016	SP: Polícia Civil e Corregedoria investigam o desaparecimento de cinco jovens	Polícia e Segurança	TV Brasil	http://bit.ly/2I1gb0f
28/10/2016	Presidentes dos três Poderes se encontraram, em Brasília, para discutir sobre a segurança pública	Polícia e Segurança	TV Brasil	http://bit.ly/2IIfjgd
28/10/2016	Nos últimos quatro anos, o Brasil registrou mais mortes violentas do que nos conflitos na Síria	Polícia e Segurança	TV Brasil	http://bit.ly/2kDJqFk
28/10/2016	Exposição apresenta peças indígenas preservadas pelo Museu de Arqueologia e Etnografia da USP	Cultura	TV Brasil	http://bit.ly/2kkKkub
28/10/2016	Pela Série C, Guarani consegue virada histórica na semifinal e enfrenta Boa Esporte	Esporte	TV Brasil	http://bit.ly/2kkzVvJ
28/10/2016	Bioarquitetura incentiva construções mais baratas com materiais sustentáveis	Meio Ambiente	TV Brasil	http://bit.ly/2I1qYaG
28/10/2016	Relatório da Agência Mundial Antidoping revela série de falhas no controle de dopagem da Rio 2016	Esporte	TV Brasil	http://bit.ly/2I8ObtT
28/10/2016	UE e 24 países aprovam projeto que vai criar maior parque marinho do mundo, na Antártica	Internacional	TV Brasil	http://bit.ly/2kkAhFz
28/10/2016	Mais de 30 mil pessoas estão sem energia elétrica no Rio Grande do Sul por causa do mau tempo	Internacional	TV Brasil	http://bit.ly/2kpQFQo
28/10/2016	Atuação de melhor no mercado de animação	Política e Economia	TV Brasil	http://bit.ly/2I1hBrm
28/10/2016	Autoridades prometem segundo turno tranquilo no Maranhão	Polícia e Segurança	TV Brasil	http://bit.ly/2I8SbdR
29/10/2016	Em São Paulo, outra festa estrangeira reuniu muita gente: foi o "Día de los Muertos"	Cultura	TV Brasil	http://bit.ly/2Ii8Z8o
29/10/2016	O Dia das Bruxas, ou Halloween, cai na	Internacional	TV Brasil	http://bit.ly/2f4V6yL

	próxima segunda-feira			
29/10/2016	Jogos e aplicativos são cada mais vez comuns no cotidiano de crianças e adolescentes (criação de jogos)	Tecnologia	TV Brasil	http://bit.ly/2kMonD6
29/10/2016	Pesquisa mostra aumento no número de jovens entre 18 e 24 anos que tem o hábito da leitura	Cultura	Rede Minas	http://bit.ly/2ID8Sip
29/10/2016	Em Seul, capital da Coreia do Sul, multidão foi às ruas pedir a renúncia da presidente	Internacional	TV Brasil	http://bit.ly/2kDJUeD
29/10/2016	Presidente da França prometeu acabar com os acampamento de refugiados em Paris	Internacional	TV Brasil	http://bit.ly/2I8D5oN
29/10/2016	Maré alta atingiu o litoral de pelo menos quatro estados	Meio Ambiente	TV Brasil	http://bit.ly/2IJ7OGt
29/10/2016	Confederação Nacional do Comércio diz que melhorou o índice de confiança do empresário	Política e Economia	TV Brasil	http://bit.ly/2kkyeBq
29/10/2016	57 municípios de todo o país escolhem, amanhã, os novos prefeitos e vice-prefeitos	Política e Economia	TV Brasil	http://bit.ly/2kkwwzM
31/10/2016	No encerramento do Outubro Rosa, pacientes de hospital em Belo Horizonte ganham surpresa	Saúde e Comportamento	Rede Minas	http://bit.ly/2llu9mU
31/10/2016	Conheça a história da arte dos bonecos	Cultura	Rede Minas	http://bit.ly/2lcVBvR
31/10/2016	Voz do Brasil ganha cara nova	Outros	TV Brasil	http://bit.ly/2fdTul8
31/10/2016	Novo terremoto atingiu a Itália, neste domingo	Internacional	TV Brasil	http://bit.ly/2fdTul8
31/10/2016	Nova investigação aberta pelo FBI ameaça campanha de Hillary Clinton	Internacional	TV Brasil	http://bit.ly/2ID4XSS
31/10/2016	Na Espanha, Mariano Rajoy toma posse hoje como primeiro-ministro reeleito	Internacional	TV Brasil	http://bit.ly/2I8HvfB
31/10/2016	Eleições foram marcadas pelo número de abstenções, nulos e brancos acima da média histórica	Política e Economia	TV Brasil	http://bit.ly/2kq92o3
31/10/2016	Segundo turno das eleições confirmou o PMDB como partido com mais prefeituras em todo o país	Política e Economia	TV Brasil	http://bit.ly/2ldi9fV
31/10/2016	Em todo o país, 1.230 prefeitos foram reeleitos	Política e Economia	TV Brasil	http://bit.ly/2ewnj0C
31/10/2016	Brasil assume a presidência da Comunidade dos Países de Língua Portuguesa	Internacional	TV Brasil	http://bit.ly/2I8FPT7
31/10/2016	Hoje, completa 20 anos da queda do avião	Outros	TV Brasil	http://bit.ly/2I1tDBk

	da TAM, em São Paulo			
31/10/2016	Enem: importância e expectativas	Educação	TV Brasil	http://bit.ly/2IdeKxU
31/10/2016	Em Campo Grande, vitória de Marquinhos Trad conduz novamente família Trad à prefeitura	Política e Economia	TV Brasil	http://bit.ly/2IImzst
31/10/2016	Prefeito eleito de Aracaju volta ao cargo depois de quatro anos	Política e Economia	TV Brasil	http://bit.ly/2kMmqGw
31/10/2016	Acidente com avião da TAM que causou morte de 99 pessoas na capital paulista completa 20 anos (moradores)	Outros	TV Brasil	http://bit.ly/2I8UMVb
31/10/2016	Gilmar Mendes defende realização de reforma política	Política e Economia	TV Brasil	http://bit.ly/2IDax7G
31/10/2016	Estudantes apostam em ferramentas da internet para Enem	Educação	TV Brasil	http://bit.ly/2IdcdDQ

APÊNDICE II

Entrevistas

20 de março de 2017 – Brasília – DF.

Pedro Cardoso – Gerente de Promoção e chamadas da TV Brasil

Você pode comentar sobre o histórico da TV Brasil Internacional?

A TV Brasil Internacional foi criada com um foco diferente do Canal Integración. Ela tinha um foco em brasileiros no exterior. Quando eu entrei aqui, em 2012, havia uma diretoria internacional, diretoria exclusiva para o canal internacional. Depois, houve sucessivas mudanças da estrutura organizacional da empresa, pois, assim, gestão de empresa é uma coisa meio maluca. Em uma empresa pública às vezes você tem gestões, mesmo que seja numa continuidade de governo, gestões com ideias diferentes sobre a empresa e por isso houve esses remanejamentos. Então, a diretoria internacional se transformou em uma gerência executiva comandada pelo Max Gonçalves. Depois vieram novas alterações na estrutura organizacional e ela virou uma coordenação de chamadas e programação da TV Brasil Internacional. É aí que eu entro na história. Era uma coordenação que estava abaixo da gerência de promoção e chamadas que é a posição que eu ocupo no momento. O que aconteceu? A gente identificou que começaram a vencer os contratos de retransmissão de satélite. A TV Brasil Internacional chegou a estar em sessenta e poucos países, isso lá pelos anos de 2013, 2014. Começaram a vencer os contratos e, por uma decisão da empresa, eles começaram a não ser renovados. Se eu não me engano, o último contrato que não foi renovado foi em setembro de 2016. Desde então ela deixou de ser transmitida via satélite.

O que motivou a não renovação dos contratos?

Foi por motivos financeiros e por uma questão estratégica. Primeiramente, a razão financeira veio de uma retração grande. Isso é público. São questões de orçamento da empresa. Ela tinha um déficit muito grande e o satélite sofreu uma não renovação. O que houve foi que a TV Brasil internacional já vinha ficando na web. Se você olhar hoje, o site da TV Brasil, o streaming da TV Brasil na web, é o streaming da TV Brasil Internacional. A gente tem uma TV Brasil rede que transmite programação pra todo o Brasil com o apoio de emissoras parceiras. Nem todos os programas que a gente tem na rede podem, por contrato, ser veiculados na web. Existem vários impedimentos porque isso é algo novo. O streaming das TVs é algo recente. Entende-se que é uma outra janela. Você pode gerar uma outra publicidade, por isso seria preciso um contrato a mais. Então, muitos contratos não preveem isso.

A programação do canal nacional e internacional, portanto, continuam tendo uma programação diferente?

Eles sempre tiveram uma programação diferente. Mas até 2014, mais ou menos, a TV Brasil Internacional tinha produção própria. Havia uma equipe com produtor, cinegrafista, tinha programas de linha. Por exemplo, tinha o programa “Brasileiros Mundo Afora” que teve

uma curta duração, pois ele pegou o período de retração. Era um programa muito legal que era veiculado pelos dois canais, mas que tinha um dna internacional, pois retratava a vida de brasileiros pelo mundo. Porém, esse tipo de iniciativa, essa equipe dedicada à TV internacional, já não existe há quase três anos.

Diante das mudanças pelas quais a TV Brasil Internacional passou, como você definiria o seu serviço atual?

Hoje ela é um ajuste da TV Brasil rede. A grosso modo, pega-se a TV Brasil rede, a nacional, e a adapta ao que pode ser exibido na web. Ela é colocada como internacional já que o acesso pode ser mundial. Porém, até esse nome “internacional” está comprometido, pois ela já não é mais essencialmente internacional. Nós queremos corrigir o rumo dela. A gente entende que a TV internacional tem que ter um propósito internacional. Primeiro, ela não está mais no satélite, mas tudo bem, pois ela está na web. Por exemplo, se pegarmos o exemplo da NHK do Japão, vamos ver que eles têm a NHK em japonês e a NHK World, que é um serviço em inglês com a intenção de aproximar o ocidente do Japão. Portanto, você divulga notícias do país em outro idioma. Eu admiro muito o trabalho da TV pública argentina e lá eles têm a Radiodifusión al Exterior, que é um serviço de rádio onde você encontra notícias em português sobre a Argentina. Então, assim você divulga assuntos sobre o seu país para que outras pessoas tomem conhecimento e possam também saber mais da sua cultura. Isso é uma vocação de TV internacional. Além disso, você tem o caso, por exemplo, de como a Globo Internacional faz: ela transmite em português para os EUA, português para a Europa, com o objetivo de alcançar os brasileiros. A gente identificou que a TV Brasil Internacional já não estava fazendo uma coisa nem outra. Por isso, embora o nome “internacional” continue lá, eu acredito que ele não vá ter continuidade. A curto prazo, não há projetos para uma reinserção da TV Brasil Internacional no satélite.

Quais são os planos futuros para o canal internacional?

Existe a intenção em fazermos uma “TV everywhere”. A gente sempre fala TV Brasil Play ou TV Brasil +, que é o que outras emissoras usam. Por exemplo, na Globo Play você tem uma outra plataforma para trabalhar o seu conteúdo. A gente teve uma experiência com o programa “Estúdio Móvel”, que é um programa sobre música. Ele começou a fazer uma estratégia de “digital first”, que é aquilo que a Globo faz muito pelo Globo Play. Se vai estrear uma novela, eles lançam os três primeiros capítulos no digital, podendo ser aberto ou exclusivo para assinantes. É uma estratégia com a qual você usa a internet para atrair audiência para a TV. Foi isso que o “Estúdio Móvel” começou a fazer, ou seja, passou a antecipar a janela. Durante muito tempo se pensava que isso prejudicaria a audiência, mas cada vez mais se entende que o público da TV não é o mesmo da web. O dispositivo móvel acaba sendo mais conveniente. Você recebe uma notificação dizendo que está disponível capítulo tal e você vai lá e assiste. São hábitos diferentes. Eu acho que se alguém não viu na TV e ela tem a oportunidade de ver na web, você acaba atingindo mais pessoas. Entretanto, diferentemente da Globo, nós não temos que nos preocupar com a questão da rentabilização, já que não fazemos anúncios publicitários.

Para esse projeto digital, pretende-se desenvolver o foco internacional que a TV Brasil Internacional tinha, como alcançar os brasileiros emigrantes ou produzir em outros idiomas?

Nós prevemos algo misto, como é o caso da Deutsche Welle que tem, por exemplo, uma TV em espanhol. Eles produzem dois programas que são veiculados pela TV Brasil: o “Futurando” e o “Camarote 21” e eles vendem uma imagem muito positiva da Europa. O Canal *Integración* talvez tenha sido mais feliz nesse propósito. É claro que o ideal seria que a gente trabalhasse com cinco ou seis idiomas, mas essa é uma questão de recursos. Então, a Deutsche Welle, claro, tem uma capacidade que a gente não tem. Eu adoraria produzir um conteúdo em inglês e enviar pra Europa, como o “Caminhos da Reportagem” que é um programa premiado, pois essa seria uma forma de divulgação. Então, o que se planeja para essa TV web é que ela, primeiro, esteja presente em outros dispositivos e se consolide na web, pois isso ainda não foi alcançado. Hoje, a TV Brasil Internacional está online para cumprir uma questão legal de transmitir aquilo que os contratos permitem expor na web e eles não são, necessariamente, programas relevantes para quem vive no exterior. A gente tá se organizando para que ela esteja nos dispositivos móveis e ainda se torne um serviço *on demand*, pois existe uma demanda para isso.

Ainda existe um orçamento específico destinado à TV Brasil Internacional?

Definido especificamente para o canal não. Existe somente o orçamento de pessoal. São pessoas que ocupam funções na área de programação, já que produção não existe mais. Tem também tradutores que qualquer conteúdo que a gente consiga licenciar eles fazem a tradução, em até seis idiomas. Mas produção de um conteúdo exclusivo, peças promocionais só pra TV Brasil Internacional ou uma equipe exclusiva para o canal internacional não existe mais.

As parcerias entre a TV Brasil Internacional e emissoras de outros países ainda são mantidas?

Sim, elas ainda existem. Isso sempre foi feito. Hoje mesmo recebi dois contratos que estão em aberto, sendo um de Macau, na China, onde falam português. Estamos avaliando o conteúdo para ver se será preciso legendar. O outro é de uma TV colombiana. Mas tem várias parcerias. Elas não são específicas para o canal internacional, são para o nacional também, mas esses contratos já preveem a questão da web. Eu não vi todos os contratos, então pode ser que haja algumas parcerias que sejam exclusivas para a internacional.

A audiência tem sido medida?

Sim, por meio do streaming. Inclusive, o nosso streaming hoje tem um problema de medição, pois ela é falha. Primeiro que ela está em duas páginas na web. Se você entrar no site da TV Brasil, no TV ao vivo, você irá para o internacional. Tem também a própria página do internacional. Então, tem dois direcionamentos de tráfego. Então, não tenho dados para te dar, se tem picos, se certos conteúdos têm mais audiência e de onde vem. É um problema que a gente precisa resolver.

Qual a diferença entre os serviços internacionais de emissoras comerciais, como da Globo e da Record Internacional, e o oferecido pela TV Brasil Internacional?

Acredito que a diferença seja uma função social de utilidade pública. No caso da Record e Globo Internacional, elas competem com outras emissoras locais. Elas estão lá num satélite, num bolo de emissoras, e estão competindo por audiência naquela localidade. Já a emissora pública não tem esse intuito comercial. É claro que há a intenção de atingir o público, de alcançar mais audiência, mas acho que a TV Brasil Internacional tem essa relação mais estreita com o Estado brasileiro. É uma parceria que abre algumas portas. Vejo que a TV Brasil Internacional teve um compromisso com os brasileiros vivendo no exterior. Tinha um conceito de “com o Brasil onde o Brasil estiver”. O Integración teve mais felicidade nisso porque ele realmente tinha um foco: a América Latina. Ao meu ver, acaba sendo um esforço grande para um retorno pequeno. Você ter uma TV pública em português lá fora, competindo com outras emissoras. Acho assim, a gente ainda não conquistou uma certa relevância aqui dentro para podermos ir lá pra fora. Acho que é uma questão de estratégia. Talvez tenha havido um erro de foco. Naturalmente, quando os contratos dos satélites foram vencendo, foi-se percebendo que era muito recurso por um retorno baixo. Talvez se a TV já tivesse uma estrutura para produzir em vários idiomas, por exemplo, a renovação desses contratos teriam um peso muito maior. Como não tinham, naturalmente eles acabaram saindo.

De que forma a TV Brasil Internacional atende ao princípio constitucional, incorporado pela Lei da EBC, que trata sobre promoção da diversidade cultural do país?

Como não há mais uma produção própria para o canal internacional, posso te falar pelos conteúdos que são produzidos na TV Brasil rede. É um compromisso que deveria ser de todas as TVs, mas no Brasil, infelizmente, ao longo dos anos, as TVs meio que ignoram essa questão legal que se pensou lá atrás. Se você olhar a lei, verá que a diversidade não é uma missão só da TV pública. É a questão de contemplar a cultura nacional, regional, a descentralização da produção. Eu admiro a Globo pelo o que ela produz, mas essa ideia das grandes redes nacionais de produzirem tudo nos centros vai contra ao que diz a lei. A lei diz que tem que haver uma diversidade, você tem que ter vozes diferentes. Algumas políticas já foram firmadas nesse sentido, como a Lei do SEAC, que não atingiu a TV aberta, mas a TV por assinatura. Ela trata da descentralização, colocando que tantas horas devem ser dedicadas a produções nacionais e tantas horas a conteúdos de produtoras independentes. Logo que a Lei do SEAC começou a valer, várias produtoras e canais pagos não tinham se preparado ainda e começaram a tacar filme antigo no ar. Por exemplo, os canais Globosat começaram a passar filmes da Xuxa para cumprir a cota, já que eles não tinham ainda a produção. Não era exigido um produtor independente, já hoje eles não poderiam fazer isso. A Globo tem um acervo gigantesco, então ela consegue cobrir a demanda. Porém, a lei é clara: parte desse conteúdo deve ser de produção independente para fomentar essa questão da descentralização. Outras medidas foram tomadas nesse sentido, como o Programa de Apoio ao Desenvolvimento do Audiovisual Brasileiro (PRODAV), uma linha da Ancine que é pra TV pública. São 60 milhões de reais divididos igualmente entre as cinco regiões do país, sendo a região Sudeste a única obrigada a dividir o valor igualmente entre os seus estados. Portanto, é preciso reconhecer que existe um problema de concentração de produção. Talvez o SEAC tenha

pecado nisso, em não prever uma descentralização, algo que o PRODAV busca atender. Então, respondendo a questão, A TV Brasil tem já esses preceitos que ela segue. Existe uma rede de parcerias, a qual chamamos de rede nacional pública, e nosso intuito é colocar cada vez mais produções dessas parceiras na rede. Temos emissoras que são excelentes em produção, como a TVE do Rio Grande do Sul, a Rede Minas, a própria Cultura de São Paulo e outras. Nós temos as quatro emissoras próprias com a rede em Brasília, mas tem também as TVs educativas em todo o Brasil. O telejornal “Repórter Brasil” é o maior exemplo dessa rede de parceiros, mas é jornalismo. Ainda é preciso avançar mais em relação às produções audiovisuais. É também uma questão de sotaques. Um exemplo pontual é que quando chegamos aqui só tinha uma pessoa para fazer as locuções e pensamos: a gente precisa ter mais vozes para ter uma diversidade. E aí um dos que entrou como staff de locutores foi um baiano, que tem um sotaque, um chiado. Eu ouvi críticas por ele ter um sotaque, mas e daí? Todo mundo tem. Se fosse sotaque paulista tudo bem? É isso. O Brasil é isso. Em uma pesquisa, perguntaram para as pessoas se elas se reconhecem na TV e o pessoal do Piauí disse que não. Eu mesmo que sou gaúcho, quando ouço um sotaque de Porto Alegre na televisão já me chama atenção.

As últimas alterações na legislação da EBC afetaram, de algum modo, o canal internacional?

A legislação mudou somente a estrutura da EBC. Ela não alterou especificamente os veículos. Mesmo que se não tivesse mudado a lei, o canal internacional teria, mesmo assim, tido essa mudança de foco. Nós dizemos que a gente não matou a internacional, não é que ela morreu, mas ela já estava dispersa, sem um foco definido. Então, pegamos essa força de trabalho que ainda existe, ela ainda é programa, ela ainda está no streaming da web. A gente está direcionando para realmente fazer uma coisa robusta na web. Trazer web in mobile e mais pra frente fazermos um repositório de *on demand*. Esse é o caminho que vamos seguir. A EBC passou por momentos conturbados, tivemos um presidente, o Ricardo Melo, que foi nomeado pela ex-presidenta Dilma e que foi tirado. Depois ele voltou e ficou no cargo por meio de uma ação no STF, e aí o atual presidente, Laerte Rímoli ficou de fora por um tempo. Então, ficou uma situação enrolada até chegar a uma definição. Já nesse período de Ricardo Melo, durante a presidência interina do Michel Temer, esses contratos com as retransmissoras já vinham sendo descontinuados. Então, acredito que, mesmo sem mudanças políticas, a TV Brasil Internacional teria tomado esse rumo, pois ela já vinha perdendo força ao longo dos anos.

De que forma a TV Brasil Internacional cumpre o princípio da complementaridade previsto pelo artigo 223 da Constituição?

Vejo que a lei deixa essa questão da abrangência em aberto. Se a emissora internacional não fosse a TV Brasil e sim a NBR, por exemplo, não haveria questionamentos, pois a lei não diz qual emissora que deve ter presença internacional, se tem que ser pública ou a estatal. Claro que a legislação de cada país é diferente, então essa ideia da complementaridade é uma ideia do Brasil baseada em experiências europeias. Se você pegar o caso da TV pública argentina, ela é muito mais governista que a TV Brasil, por exemplo. Ela é utilizada pelo Estado. A TV Brasil ainda tem certa independência, apesar de ter muitas

críticas sobre isso. Então depende da lei de cada país, talvez na Argentina não haja essa separação. A TV Brasil Internacional não tem o intuito de ser do governo, mas uma emissora do Estado brasileiro. Ela tem que cumprir uma função pública. Então, ela complementa, mas não que ela esteja cumprindo uma previsão legal, já que não existe. Acho que a complementaridade é muito importante e a TV internacional é mais uma iniciativa de uma TV pública que divulgue o Brasil, a cultura nacional e que dê espaço e voz à diversidade. Que não mostre só o Rio de Janeiro e suas praias, mas que mostre o povo ribeirinho. Que não mostre o nordeste como pobreza, mas que mostre suas histórias e suas metrópoles. Então, a TV pública tem como função apresentar esses vários Brasis. Esse papel se estende ao canal internacional.

22 de março de 2017 – Brasília – DF.

Max Gonçalves – Coordenador de produções especiais na Agência do Rádio Brasileiro
Ex-gerente geral da TV Brasil Internacional (2012-2015)
Ex-coordenador e gerente de programação da TV Brasil Internacional
Foi assessor e coordenador de programação do Canal *Integración*

Como iniciou o serviço de radiodifusão internacional no Brasil?²⁶

A Radiobrás na gestão do ex-presidente jornalista Eugênio Bucci, que foi de 2002 em diante, coincidindo com o primeiro mandato do Presidente Lula. Naquele mandato surgiu o projeto da TV Brasil – Canal Integración, uma iniciativa inédita onde você tinha os três poderes da república trabalhando juntos para um projeto de comunicação entre países, nações, de comunicação pública. Havia algumas particularidades: naquele momento era forte a política externa brasileira com o Mercosul, com a América do Sul. Então, o lançamento, que foi em setembro de 2005, do canal TV Brasil – Canal Integración, foi o lançamento de um projeto inédito que propunha promover a integração da América do Sul por meio de uma parceria entre os três poderes da República do Brasil, representados por suas respectivas TVs (TV Câmara, TV Senado, TV Justiça e, na época, a Radiobrás). A intenção era promover um canal que se integrasse com outras TVs públicas da América do Sul. Então, era um canal que tinha uma programação em português e em espanhol. Nós somos o único país aqui que fala português, os outros falam espanhol e por isso existe uma certa barreira de línguas e o canal era bilíngue para romper com isso também. Ele tinha que ser a cara do que é o continente. A programação tinha seis horas diárias. Na grade de programação semanal você tinha diariamente seis horas de programação inédita e depois entrava ela entrava em looping, ou seja, ela era repetida mais três vezes. A gente privilegiava uma programação dividida por faixas temáticas. Por exemplo, tinha uma faixa de programação que chamava “cidadania em foco” composta por programas do Brasil, do Chile, da Argentina, do Equador, da Venezuela, da Colômbia. Enfim, eles integravam essa faixa por serem programas que tocavam na questão de cidadania. Portanto, você tinha uma amostragem de realidades de cidadania na diversidade que é o continente. Da mesma forma, tinha uma faixa de programação de cultura e arte, mostrando artistas da região, exposições, museus, galerias de arte e manifestações artísticas. Era uma amostragem também da região no campo artístico. Outra faixa era a de imagens em movimento, que englobava documentários produzidos por esses países. Havia ainda uma faixa de músicas com programas musicais e de entrevistas com músicos. Tinha também a faixa de

²⁶ A partir dessa primeira questão, o entrevistado contou todo o percurso desse serviço no Brasil, abrangendo a maior parte das questões que tinham sido previamente estruturadas.

festas populares, mostrando festas regionais e assim por diante. Tudo isso era cedido para compor a grade do Canal Integración a partir de uma negociação que começou da seguinte forma: o então presidente da Radiobrás, Eugênio Bucci, junto com a Lia Rangel, diretora do canal, e o Adriano de Angeles, coordenador de programação, fizeram uma viagem pela América do Sul para apresentar a proposta do canal internacional para as emissoras dos países vizinhos. Os países que aceitaram a parceria cediam conteúdos e a contrapartida ela podia exibir faixa de programação desse canal. Obviamente eles não iam transmitir no canal deles o Canal Integración na íntegra. Eles poderiam exibir uma faixa da programação a escolha deles ou exibir um conteúdo que nós tínhamos em espanhol, que era um noticiário. Compunha a grade, e obviamente existia uma faixa jornalismo, programas jornalísticos, mas havia duas revistas semanais que iam ao ar todas sextas-feiras que era disponibilizado para todos os parceiros. Uma era o “Noticias de Brasil”, um programa que noticiava assuntos do Brasil em espanhol, feito diretamente de Brasília. A outra era a “América do Sul hoje”, ele era gravado em português e dava notícias sobre os principais acontecimentos da semana nos países da região. O “América do Sul hoje” também era negociado dentro do Brasil para que outras emissoras pudessem retransmiti-lo, como TVs comunitárias, a TV Senado, Justiça e a NBR. Ele era produzido por meio de um central que montamos aqui em Brasília, a qual baixava o sinal via satélite de todas as emissoras parceiras e fazia a “copiagem” desses canais. Era uma forma de baratear custos e de ganhar tempo em um período pré-TV digital. Nós, então, com base nos acordos, gravávamos o conteúdo que estava indo ao ar naquela emissora e exibíamos no Canal Integración. Desse modo, a gente construía um acervo para o nosso canal. A mesma coisa eles faziam de lá. Além disso, também encaminhávamos fitas pelo correio para algumas emissoras para que eles pudessem gravar conteúdos e mandar de volta para a gente. Para além dos acordos com as emissoras televisivas, tínhamos acordos com produtoras de audiovisual. Por exemplo, a Casa de Cultura Equatoriana produzia documentários e curtas-metragens de alta qualidade e eles mandavam isso por fitas para a gente. Ademais, a Fundação Albatroz Mídia, do Panamá, tem um trabalho de altíssimo nível focado em meio ambiente e também enviavam as mídias pra cá e nós as reproduzíamos. Então, o Canal Integración foi fortalecendo e consolidando essas parcerias a fim de construir esse leque e promover a integração dos povos da região. Nós fomos convidados, por exemplo, para participar do Festival de Cinema no México, pois havia cineastas interessados em colocar seus filmes nessa programação, sendo eles provenientes não só do México, mas também de outros países do continente. Fomos tendo, então, uma consolidação do projeto de integração. Tínhamos muito apoio por parte dos governos e das embaixadas. Em muitos momentos as transferências de conteúdos se davam até de uma embaixada para outra embaixada por meio do malote diplomático, pois entendiam esse projeto como um projeto de integração das nações da região. Esse projeto foi inédito por reunir os três poderes trabalhando juntos num veículo de comunicação, sendo comandado por um comitê gestor constituído por representantes de cada uma das casas. Ele se reunia mensalmente ou ocasionalmente para discutir os rumos do canal internacional, sobre a sua expansão, a programação e avaliava seu conteúdo, prezando pela pluralidade, buscando garantir que. Havia, claro, uma facilidade, pois havia também uma integração entre governos naquele período. O Canal Integración também realizou parcerias com os escritórios da ONU na produção de séries especiais. Em parceria com a FAO, produzimos séries sobre fome. Com a ONU Mulheres, criamos um conteúdo sobre empregadas domésticas na América Latina, discutindo essa situação e mostrando que em alguns países vizinhos - que acabam sendo tratados em geral como países menores ou mais

atrasados – como o Uruguai, já tinha a lei das domésticas muito antes do Brasil e uma lei até melhor que a brasileira. Então, a gente ia caminhando pela América Latina e mostrando isso e descobrindo essas realidades. Ao mesmo tempo, exibíamos realidades muito tristes e complicadas. Também fizemos uma série sobre o empoderamento feminino e sobre desprezo às mulheres que existe na região. A gente viu que há países onde a situação das mulheres é muito melhor que no Brasil, com mais garantias. Portanto, o Canal Integración mostrava muito disso. Bem, depois começou a discussão sobre acabar com a Radiobrás, entendida como a empresa de comunicação do governo federal, para construir algo melhor, sendo, nesse caso, a EBC, projetada para fazer a gestão da TV pública no Brasil. Nesse processo, o Canal Integración foi deixando de existir em função, basicamente, de duas coisas: 1) a Radiobrás ia deixar de existir e, segundo a lei de criação do canal internacional, ela seria a responsável por operacionalizar o Integración. Deixando de existir, a lei seria incorporada por esse novo projeto. Foi conversado com as outras casas de poder sobre o novo projeto, o qual se avaliou que naquele primeiro governo do presidente Lula foi muito forte a integração com a América Latina. Já no segundo mandato, o Brasil foi se tornando um país marcante em outras regiões do mundo também. Por exemplo, foi expressiva a relação do Brasil com os Estados Unidos. Então, fala-se no período de criação da EBC que era preciso criar uma TV Brasil Internacional. Ao invés de projeto comunicação do Brasil que promovesse a integração com a América Latina, era preciso promover um projeto que promovesse a imagem do Brasil internacionalmente. Por essas conversas, viu-se que a TV Câmara, TV Senado e TV Justiça não integravam essa proposta, já que são emissoras representantes dos poderes legislativo e judiciário e a EBC foi criada para ser uma empresa pública, sendo sua gestão feita por recursos do Tesouro Nacional. Então, ela não é como a Radiobrás, onde o Presidente da República poderia interferir. O rompimento com essas emissoras foi uma perda, pois num projeto como a TV Brasil – Canal Integración...enfim. Eu acredito que ele poderia ter sido aprimorado. Quem veio, então, comandar essa nova empresa como presidente foi a jornalista Tereza Cruvinel. É importante lembrar que o Eugênio Bucci foi o presidente da Radiobrás na primeira fase desse projeto TV Brasil – Canal Integración. A segunda fase foi com o José Roberto Garcez, que tinha sido o vice do Eugênio Bucci. Ele teve a missão de fazer a transição de Radiobrás para a EBC. Bem, a briga no Congresso foi feia até que em alto madrugada, depois de muitos meses de debate e mudanças na proposta, o projeto de lei da EBC foi aprovado. A Tereza Cruvinel assumiu, então, a EBC, houve o lançamento da TV Brasil (nacional) e sabia-se ali que o *Integración* teria um fim, o qual estava previsto para 2010. A equipe do canal internacional passou a conversar com todas as suas parceiras para dizer que o canal terminaria. Nesse período, entrou no ar uma mensagem que explicava ao telespectador que a partir do dia 24 de maio de 2010 ele passaria a assistir a TV Brasil Internacional, não mais a TV Brasil – Canal *Integración*. A primeira transmissão oficial como TV Brasil Internacional foi durante uma cerimônia realizada no Itamaraty, sendo o seu lançamento feito pelo ex-presidente Lula, pelo então ministro [Secretária da Comunicação Social] Franklin Martins, pela então presidente da EBC Tereza Cruvinel e pela gerente executiva do canal, a jornalista Marilena Chiarelli. Ele começou como um canal composto por programas comuns com a TV Brasil e programas próprios. Estamos falando agora de uma grade construída para ter 24 horas diárias, não mais aquele formato de seis horas em looping. Eram programas que a EBC ou a TV Brasil tinham autorização para exibir no exterior, pois vários conteúdos eram de terceiros, contratados, que não podiam ser transmitidos para além do território nacional por questões de direitos. Portanto, a TV Brasil Internacional exibia

todos os programas autorizados a serem exibidos no exterior. A grade era diferente da diferente da TV Brasil (nacional), mas a maior parte dos programas coincidiam. Os programas jornalísticos entravam ao vivo na TV Brasil Internacional, mas fazíamos reprises também, já que o canal trabalhava com cinco fusos horários diferentes. O canal era totalmente em português e tinha como principais públicos os brasileiros que viviam no exterior e os falantes da língua portuguesa. Naquela ocasião do lançamento no Itamaraty, foi anunciado também que por meio da operadora Multichoice, da África do Sul, a TV Brasil Internacional seria distribuída para 49 países do continente africano, abrangendo países de língua portuguesa, inglesa, francesa... Isso, por conta daquele momento, era o ano da Copa do Mundo da África, foram estabelecidas muitas parcerias entre o Brasil e países africanos. Então, o lançamento da TV Brasil Internacional para países africanos foi anunciado como mais um acordo Brasil-África. A gente produziu conteúdos próprios e nos primeiros momentos, inclusive, tocamos muito em temas Brasil-África, como uma forma de despertar o interesse e mostrar a força que poderia surgir dessa conexão. Naquela cerimônia, também tivemos um pronunciamento gravado do então presidente de Moçambique, Armando Emílio Guebuza, saudando o povo brasileiro. Foi uma estratégia nossa de colocarmos alguém da África no vídeo. Para a cerimônia, nós convidamos todas embaixadas de países africanos e eles foram em peso. Aproveitamos e fizemos muitas entrevistas com eles e colocamos no canal. Depois, quanto à América do Sul, nós já tínhamos aquela distribuição herdeira do Canal *Integración*. A TV Brasil Internacional também produziu conteúdos em parceria com escritórios da ONU, como, por exemplo, com o ACNUR, agência da ONU para refugiados. Então, fizemos uma série sobre refugiados na América Latina. Em parceria com a Cruz Vermelha Internacional, fizemos uma série sobre os desaparecidos políticos na América Latina. A TV Brasil Internacional ainda estudou a possibilidade de lançar uma faixa de programação latina. A equipe do canal era a mesma do *Integración* e isso era algo latente em nós. Então, a gente construiu uma proposta de existir uma faixa integração latino-americana na programação da TV Brasil Internacional. Ficamos uns três anos e meio lutando por isso e quem topou a levar isso adiante foi o falecido diretor internacional da EBC, o jornalista Ottoni Fernandes, o qual assumiu em 2012. A TV Brasil Internacional foi colocada dentro dessa diretoria internacional. Ele chegou cheio de ideias e apresentamos essa proposta da faixa latina e ele topou. Obviamente não dava mais para fazer um Canal *Integración*, mas a ideia era construir uma faixa de programação latina que pudesse marcar o lugar do Brasil como parte América Latina. Visou-se resgatar a comunicação com aquelas emissoras parceiras e também mostrar pro mundo esse aspecto. Começamos, então, a retomar os intercâmbios de acervos. Aconteceu que em dezembro de 2012, o diretor Ottoni faleceu. Ele personificava muitos projetos da TV Brasil Internacional pela sua paixão e força política. Depois do primeiro mandato da Tereza Cruvinel, o mandato então naquele momento do Ottoni era do Nelson Breve, que deu continuidade ao trabalho da Tereza e aprimorou a parte da gestão por meio da criação de um plano estratégico de 2010-2012. Nesse planejamento, constava passos para a expansão da TV Brasil Internacional. A diretoria internacional veio dentro desse planejamento estratégico para criar uma expansão para além das fronteiras da comunicação pública do Brasil. Depois da morte de Ottoni, a TV Brasil Internacional foi locada dentro da diretoria geral, a qual era comandada pelo jornalista Eduardo Castro. Embora ele não tivesse aquele tempo para se dedicar ao canal e estar com a gente ali para fazer planos e projetos, já que ele era o diretor geral da empresa, o Eduardo Castro tinha uma afinidade com o canal, pois ele foi o primeiro correspondente da TV Brasil Internacional na África, e nos ajudou a desenvolvê-lo. Fez parte

do planejamento estratégico que a EBC mudaria o formato de organização interna. Na primeira fase, no mandato da Tereza Cruvinel e metade do mandato do Nelson Breve, a empresa manteve um formato de trabalho que próximo ainda da Radiobrás. Era o seguinte: cada um dos veículos que pertenciam à empresa tinha a sua própria administração, uma certa independência de produção. Então, a TV Brasil Internacional tinha o seu administrativo próprio em diálogo com a administração central da empresa; tinha o seu jornalismo próprio; a sua equipe de produção própria; o seu controle mestre próprio; a sua técnica própria; o seu arquivo próprio. E o mesmo para TV Brasil, para a Rádio Nacional...Enfim, pelo planejamento estratégico se construiu uma nova forma de gestão que era por plataformas. Então, na empresa deixou de ter a equipe do canal x ou a equipe do canal tal. Passou a existir a plataforma TV, que produz conteúdos para todas as emissoras de TV; a plataforma rádio, que produz conteúdos para todas as rádios; a plataforma web que administra tudo que é produzido para a web. Dessa maneira, a equipe da TV Brasil Internacional deixou de ter a sua redação própria e foi criada uma redação de TV. Assim, a equipe do canal internacional e do nacional viraram uma só para produzir conteúdo para as duas. Portanto, a equipe da TV Brasil Internacional foi fragmentada. Agora, uma avaliação pessoal minha, isso otimizou muito a coisa, mas, na contramão, aconteceu a perda de identidade. A perda de identidade é muito séria pelo seguinte: a TV Brasil – Canal *Integración* tinham uma identidade muito marcada “América Latina”. O pessoal do canal sabia tudo sobre América Latina. O jornalismo da Radiobrás não entendia tanto de América Latina e todo mundo vinha nos consultar. Quando virou a TV Brasil Internacional, a sua redação de jornalismo acompanhava tudo, as pessoas passam o dia todo nos sites lendo sobre a América Latina e etc. Nós, a equipe de gestão, falávamos com o pessoal das embaixadas todos os dias. Estávamos muito integrados. Além disso, tínhamos uma equipe bilíngue (português-espanhol ou português-inglês ou mesmo português-espanhol-inglês). O diretor Ottoni também compunha o gabinete dele com uma equipe de assessoria que cuidava de todos os contratos internacionais da EBC, que por sua vez, então, estava na nossa área. Sempre que tinha uma proposta de um contrato internacional, a gente dava um grito falando e se fizemos uma proposta pra eles de produção de não sei o quê. Então, no âmbito da TV Brasil Internacional, a gente constituiu uma parceria com a gigante CCTV, da China. Ela tem a redação dela em São Paulo. Pelo próprio formato do país, a CCTV tem um caráter estatal mais assumido do que a EBC, pois uma crítica que podemos fazer à EBC é a de que ela lutou para sair desse modelo em que a comunicação pública é muito influenciada estatalmente. Quem banca, quem coloca o dinheiro, acha que manda. O governo federal entendendo que a verba do tesouro nacional é administrada por ele, então ele que tem o poder de destinar os recursos, aprovar as questões orçamentárias das empresas geridas por dinheiro público, historicamente no Brasil o governo federal faz intervenções. No ano da presidente Tereza Cruvinel, houve debates homéricos porque ela peitava o governo federal. Não aceitava. Com as mudanças de governo federal, manteve-se a postura da Tereza Cruvinel nas próximas gestões da empresa e a coisa fluiu. Mas, obviamente, o governo federal fazia intervenções. Sempre fez. Não aquelas intervenções que as pessoas pensam: “você não vai dar tal notícia no jornal hoje”. Não era isso, pois, no fim das contas, o governo federal não liga muito pra esses tipo de situação. Eles fazem uma intervenção mais na linha editorial geral da coisa. Interfere mais nos projetos, não pontualmente. Enfim, não é o foco. A TV Brasil Internacional tinha essa identidade. Inclusive, nós estabelecemos relações com associações de brasileiros que vivem no exterior e começamos a colocar esses brasileiros no vídeo. A TV Brasil Internacional não tinha um orçamento muito satisfatório. Orçamento este que era

determinado pela administração central da EBC. O orçamento era constituído, digamos assim, a parte do sonho era democrática, mas a parte de definição era tomada pela direção. A gente construía uma proposta de orçamento. Por exemplo, queremos comprar duas câmeras digitais, um novo exibidor para o controle mestre, queremos fazer uma viagem semestral pelo menos para cada um dos continentes...Nós fazíamos esse tipo orçamento e aí eles aprovavam ou não, em partes...Enfim, girava em torno de uns 6 milhões e meio o orçamento da TV Brasil Internacional. Quando começou a divisão do trabalho por plataformas, o orçamento foi redistribuído para áreas que estavam recebendo as pessoas. Eu integrei a área de conteúdo e programação. A nossa equipe de jornalismo integrou o jornalismo da EBC. O nosso pessoal de exibição também foi destinado para área de exibição da EBC. A nossa engenharia foi para área de engenharia da EBC. Enfim, aquele feeling diário e aquele contato com motivações exclusivas para “brasileiros no exterior”. Você abrir todos os dias os sites, monitorar a situação dos brasileiros no exterior e você estar em constante contato com o Itamaraty e com as embaixadas...isso se perdeu. A TV Brasil Internacional alcançou 66 países, sendo 49 na África, América Latina, EUA. A distribuição nossa se deu assim: na América Latina existe uma situação que é são várias distribuidoras de TV por assinatura porque nós, obrigatoriamente, tínhamos que ser uma TV por assinatura no exterior, pois uma tv de outro país não pode ser um canal aberto em outro país. É uma questão de soberania. Nos EUA, quem nos distribuía era a Dish Network. Na América Latina, existe uma situação onde você tem dezenas de distribuidoras por cidade. Você tem distribuidoras de TV por assinatura como você tem, por exemplo, lavanderias. A gente negociou com essas distribuidoras aqui na América Latina e a gente chegou a ter na nossa distribuição cerca de 90 empresas que distribuía o Canal *Integración* e depois a gente negociou para distribuírem a TV Brasil Internacional. Em Portugal, tínhamos uma distribuidora que é a Meo. No Japão a gente tinha a Fiber TV e era uma programação *on demand*. Na África, tinha a Multichoice. A TV Brasil Internacional também estava na internet. Acontece que quando iniciamos as negociações para sermos distribuídos em outros países, nos deparamos com valores muito altos e não tínhamos orçamento para isso. Ou pagávamos o satélite ou pegávamos esse dinheiro para tentar negociar em outros países. Alguém pode dizer assim: mas certos países nem eram tão estratégicos. Exatamente, nós gostaríamos de estar em vários outros países muito mais estratégicos, mas não deu. Esqueci de falar do Canadá, onde quem nos distribuía era a empresa...esqueci. Quando começou o trabalho por plataformas, a TV Brasil Internacional foi diluída dentro da EBC. Além disso, depois da distribuição das pessoas nessas áreas, o jornalismo começou a falar: “não dá pra gente produzir semanalmente aqueles programas para a TV Brasil Internacional, estou afogado de produções aqui. A equipe da TV Brasil Internacional veio pra cá, aliviou um pouco, mas...”. E aí vem a equipe de programação e começa aquela coisa: vamos organizar primeiro a programação da TV Brasil e depois a gente vê essa outra história aí”. Depois, a história de fazer a faixa da América Latina. Nós começamos, mas depois começou-se “mas é muito organizar essa faixa, vamos substituir isso por outra faixa, música, depois quem sabe esportes, vamos mudar para faixas temáticas” Então começou a acontecer isso. Depois começou assim: “não está tendo mais orçamento para manter isso não”. Até que começou-se a dizer: “o custo desse satélite está ficando alto”. Depois você pensa: você não está tendo mais programação exclusiva pro canal; você não está tendo mais diálogos com os seus parceiros e distribuidores; você não está discutindo assuntos de interesse; você não está tendo a menor cara de um canal internacional. As distribuidoras também começaram a perceber “eu vou botar outro canal no lugar desse aqui, pois esse não

está mais atrativo”. O mundo evoluindo bastante para canais todos HD, TV digital, e a gente ainda no formato USD...foi perdendo interesse, foi esfriando esse projeto. Na verdade, deixou de ser um projeto da empresa e quase se tornou um problema a ser administrado. Acredito que foi virando quase um estorvo dentro da empresa. E aconteceu que a empresa também foi passando por mudanças, acabou o mandato do Nelson Breve, o governo federal começou a ter mudanças, mudou-se ministros, as bases. A TV Brasil Internacional então foi deixando tudo isso de lado e o canal deixou então de produzir seus conteúdos próprios. Um programa que existia, que discutia problemas de brasileiros no exterior. Desde o lançamento, a TV Brasil Internacional teve um programa chamado “Brasileiros no mundo”, o qual era feito em parceria com o Itamaraty, a gente fazia entrevistas dentro do Itamaraty, discutia problemas de interesse, prestava serviços. Como a gente não podia ficar viajando, era feito pela internet, via Skype, gravávamos depoimentos em vídeos. Esse programa, por exemplo, foi alterado. Decidiram colocá-lo na TV Brasil também. Então, deixou de ser um programa para brasileiros no exterior e passou a ser um programa que fala de brasileiros no exterior. A ideia foi fazer um programa falando para os brasileiros do Brasil “você sabia que tem brasileiro que vive na Áustria?”, “o que você precisa fazer para tirar um visto para ir para a Áustria?” e aí ensina-se para o brasileiro daqui como ir para a Áustria. O brasileiro que já mora na Áustria vê isso e não se interessa. O Itamaraty deixou de ser uma presença dentro do programa. Virou um programa legal, apresentado por dois jovens, tentando ter uma cara mais descolada e perdeu a sua ideia original. Depois, nós tínhamos um produto que era um boletim de notícias de três minutos no máximo. Ele era centrado em falar notícias sobre o Brasil e a linguagem era assim “atenção você que está na Argentina” e aí dava a notícia. Ele também entrou na TV Brasil e se tornou um boletim informativo, deixando de ser um boletim de notícias para o exterior. Teve ainda um programa chamado “Conexão Entrevista”, que era sempre uma entrevista de cinco minutos sobre um tema de interesse internacional. Ele deixou de existir com base no argumento de que isso está todos os dias nos jornais. Tínhamos vinhetas próprias e deixaram de ser produzidas. A gente tinha um embrionário projeto que se chamava “Ciência Brasil” para mostrar mundo afora pesquisas científicas brasileiras, para mostrar para o exterior que no Brasil as pessoas fazem ciência. A UNB tem coisas fantásticas, a USP, a UFPE, assim como a Fiocruz e etc..Ele ficou embrionário, pois gravamos só os pilotos. A gente tinha uma parceria com o CCBB que o que fosse evento de música, a gente poderia gravar, editar e exibir na TV Brasil Internacional. O Banco do Brasil tinha interesse em aparecer, mas não como patrocínio. Isso também acabou. Não foi adiante. A gente tinha uma equipe de mais ou menos 30 pessoas para fazer a TV Brasil Internacional, quando você pulveriza essa turma toda....Então, esses programas foram deixando de existir e, para completar, com o novo governo federal, mudaram a lei da EBC. Reformularam a lei da EBC e aquele projeto do Congresso acabou e se tornou um projeto do Governo Federal. Aconteceu uma espécie de caças às bruxas das pessoas antigas dentro da empresa, como se essas pessoas fossem petistas, sei lá....E com essas mudanças, mudaram todos os diretores. O novos diretores...se aqueles que já estavam lá já não tinham interesse, com os novos foi aí que acabou mesmo. A TV Brasil Internacional acabou com os acordos, os contratos não foram renovados, inclusive o contrato de satélite e ela passou a ser uma tv web. Agora ela é aquilo da programação da TV Brasil que pode ser exibido no exterior, sem conteúdos exclusivos, sem parcerias. Então, o que aconteceu com a TV Brasil Internacional é que ela acabou. Uma vez eu ouvi uma pessoa dizendo assim: “a TV Brasil Internacional morreu junto com o Ottoni”. Aí eu falei: “bom, a TV Brasil Internacional não era um projeto do Ottoni, ela já existia antes. Quando surgiu o diretor Ottoni já existia há

quase três anos”. É um grande problema então, a tv pública no Brasil sofre de um complexo terrível que é esse complexo de inferioridade em comparação técnica e de conteúdo com as TVs comerciais e sofre de complexo de escravidão com o governo federal. Então, a TV pública sofre desses dois complexos. As pessoas olham pra ela e dizem que ela é de qualidade inferior, que os conteúdos são muito cabeças ou pouco atraentes. Ela vive à mercê do humor do governo de plantão. Aquele projeto do Congresso Nacional foi uma tentativa que se pensou muito, que foi amplamente discutido no Congresso, com participação de parlamentares de todos os partidos. Foi uma proposta interessante que bastou uma canetada e ela caiu. Então, você começa a se perguntar se de fato dá pra confiar nas instituições. Um projeto de TV pública no Brasil, infelizmente, sofre desses dois complexos e sofre consequências do que aconteceu na história do país. Tanto que em outros países a TV nasceu como pública e no Brasil como comercial, com o Chateaubriand. Toda tentativa de TV pública soa como uma tentativa de escravo que quer fugir da fazenda e cedo ou tarde o capitão do mato vai achar e trazer de volta. Infelizmente. O atual capítulo da história da comunicação pública do Brasil tá mostrando mais uma vez isso. Só que não pode ser assim, ser guiado conforme a vontade de governos. Eu estou fora da EBC. Eu não posso falar em nome da EBC. Estou contando a história que pude presenciar. Estou fora exatamente porque, em um belo dia, eu fui abordado na empresa e me disseram assim: “- tenho uma notícia ruim pra você. É preciso trazer uma pessoa aqui para a empresa e a gente vai precisar do seu cargo pra coloca-la. Não é nenhuma avaliação negativa a seu respeito. Isso está acontecendo com outras pessoas também. A gente está tirando pessoas do cargo para trazer pessoas...”. Ai eu falei: “que pessoas?”. E aí: “você sabe, são pessoas com cargos políticos e tal que querem vir pra EBC.” Isso foi em setembro de 2015. O que aconteceu? Eu descobri que já eram tentativas de negociações que já estavam acontecendo. Então, digamos assim, no governo da época, da Dilma, eu acho que já existia uma forte pressão, uma ameaça....o impeachment não é algo que surgiu de repente. Começaram, então, a negociar com as pessoas. Mas não estava rolando uma negociação, já tava rolando uma coisa muito bem pensada. A EBC recebeu pessoas. Outros órgãos receberam pessoas. Foi impressionante o que aconteceu. Como de repente foram entrando as pessoas...A informação que eu tenho é que hoje o orçamento da EBC, o qual até 2015 beirava 600 milhões de reais, é de menos de 10% disso. É pra manter só. Fala-se que a intenção do governo federal é exista a estrutura do que um dia foi a Radiobrás. Quer dizer, o escravo correu, saiu lá da região sul, conseguiu chegar lá no quilombo dos palmares, mas ainda assim foi pego. As pessoas que são apaixonadas pela comunicação pública, acho que elas nunca vão dormir. Elas vão descansar. Tem muita gente aí apaixonada pela comunicação pública que, obviamente, acha que o que está acontecendo agora no Brasil seja um absurdo, já que é um ataque frontal às instituições e à democracia sobretudo. Essas pessoas aguardam um novo momento. Daqui a pouco vai ser necessário recomençar a trabalhar tudo de novo na base parlamentar, representantes do povo, começar com um projeto. Não sei se vai começar nos Estados e depois chegar à instância federal. Não sei. Tem muita gente fazendo coisa interessante por aí. A TV pública também não precisa ser um canal hegemônico. A comunicação pública pode ser constituída de TVs comunitárias, regionais, municipais, pode ser uma rede. Não precisa criar uma Rede Globo pública. Precisa ser um projeto comum, integrado e plural, pois, diferentemente da tv comercial que dá uma pasteurizada geral, a comunicação pública tem que ser o extremo oposto disso. Tem que ter sotaques, caras, todas as realidades, não pode ser elitizada. A TV Brasil, originalmente, tinha esse plano de integrar todas essas produções, só que também a própria diretoria da empresa é

plural, não existe esse pensamento único...não é tão simples. O pessoal de comunicação pública tá descansando e pensando como pode ser. Agora, talvez isso passe por um caminho de integração das TVs comunitárias, rádios comunitárias, TVs públicas de alguns estados. Por exemplo, se você pega a TVE da Bahia, é muito interessante o que eles fazem que vai bem nessa perspectiva. Depois disso, vamos pensar numa TV internacional, que a partir dessa integração toda, leve isso pro exterior. O orçamento pode vir do tesouro nacional porque é dinheiro da população brasileira. Então, se você promover uma coisa legal, uma consulta pública bacana sobre isso, você defender isso regionalmente, você pode promover uma integração de tudo isso. Só é preciso ter um espaço para empacotar tudo isso. Você pode mandar isso para o exterior também. Então, eu acho que tudo isso deu uma pancada muito forte em todo mundo e as pessoas estão acompanhando e acho que daqui a pouco podem surgir iniciativas por aí. Vamos ver se num segundo momento isso também se torna algo internacional.

Em sua concepção, a TV Brasil Internacional desempenhava um papel diplomático?

Eu acho que ela colaborava. Uma relação é feita de vários elementos. A relação diplomática é constituída por vários elementos. Vai desde uma simpatia, passando por questões técnicas, questões legais e até por princípios de relações internacionais para pactuar acordos e etc. Eu acho que a TV Brasil Internacional funcionava com alguns elementos como: 1) ela era o nome do Brasil no exterior. 2) a sua programação mostrava muito do Brasil para o exterior. As pessoas podiam então ver aspectos culturais similares ou distintos em relação ao país onde o canal estava sendo exibido. As pessoas podiam ter notícias do Brasil. 3) e de alguma maneira a gente promovia uma conexão com os brasileiros vivendo no exterior. O Itamaraty, na área da diretoria de brasileiros para o exterior, era com quem nós mais tínhamos contato. O primeiro ano do programa “Brasileiros no Mundo” foi todo gravado nos salões do Itamaraty. A gente sempre tinha porta-vozes do Itamaraty que apareciam no programa fazendo esclarecimentos, falando de questões específicas. O canal prestava serviços para as comunidades brasileiras no exterior. Depois, nós assumimos um papel de contribuir assim, nós visitávamos embaixadas, entrevistávamos embaixadores, estabelecíamos uma relação de simpatia, de integração, de boa vizinhança, de interesse pelo outro país. Por exemplo, ao ter uma conexão com a ONU, nessas produções especiais, obviamente a gente também tinha conexões com governos locais para fazer essas produções e nessa conexão com a ONU a gente era respeitado. Era uma forma de transmitir uma mensagem para os outros países “tem a chancela da ONU nesse canal”. Então, é um canal que se afina com os objetivos de integração internacional e etc. Nós não éramos um canal de notícias internacionais e nem um canal de notícias do Brasil simplesmente. O Brasil aparecia no nosso canal como um país que quer a integração, como um país mestiço. Tudo isso, de alguma maneira, é um óleo nessa engrenagem diplomática, pois ajuda em conexões. Por exemplo, o lançamento na África se deu em 2010 exatamente em um momento em que o Brasil estava firmando várias parcerias com a África e quando o então presidente Lula viajou para alguns países daquele continente, a comitiva dele levou material de divulgação da TV Brasil Internacional e convidava as autoridades a assistirem nosso canal. Ao mesmo tempo, a gente aqui ficava dando notícias desses encontros lá. O Itamaraty tinha, digamos assim, uma postura de agradecimento a nós porque a gente ajudava nesse sentido, ajudava em mostrar o Brasil, em mostrar que o Brasil tá aberto. Nós dávamos notícias de eventos internacionais promovidos pelo Itamaraty. O Itamaraty colocou a nosso serviço o malote diplomático para enviar material nosso pros

consulados, para as embaixadas. Não se consolidou, mas também conversamos sobre a possibilidade de colocarmos um TV em toda embaixada brasileira que ficasse sintonizada na TV Brasil Internacional. As parcerias que tínhamos com emissoras de outros países também contribuía nesse sentido. O Itamaraty citava nos acordos e parcerias do Brasil com outros países os acordos e parcerias da TV Brasil Internacional. Então, isso contribuía para fortalecer a diplomacia brasileira. Inclusive, simbolicamente, foi muito bem pensado pela Tereza Cruvinel lançar o canal dentro do Itamaraty.