

I

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA “JÚLIO DE MESQUITA FILHO”
FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES E COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO MUDIÁTICA

JULIANA MARQUES DE CARVALHO

**TELEVISÃO PÚBLICA NO BRASIL: UM ESTUDO DE CASO DA TV BRASIL E AS
CARACTERÍSTICAS DE UM SISTEMA PÚBLICO DE COMUNICAÇÃO**

BAURU

2013

I

JULIANA MARQUES DE CARVALHO

**TELEVISÃO PÚBLICA NO BRASIL: UM ESTUDO DE CASO DA TV BRASIL E AS
CARACTERÍSTICAS DE UM SISTEMA PÚBLICO DE COMUNICAÇÃO**

Dissertação apresentada no Programa de Pós-Graduação em Comunicação, área de concentração Comunicação Midiática, da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, campus Bauru, como requisito para obtenção do Título de Mestre em Comunicação sob orientação do Prof. Dr. Juliano Maurício de Carvalho

Bauru
2013

CARVALHO, Juliana Marques de.

Televisão Pública no Brasil: um estudo de caso da TV Brasil e as características de um sistema público de comunicação / Juliana Marques de Carvalho, 2013. 195f.

Orientador: Juliano Maurício de Carvalho

Dissertação (Mestrado)-Universidade Estadual Paulista. Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Bauru, 2013.

1. Economia Política da Comunicação. 2. Sistema Público de Comunicação. 3. TV Brasil. 4. Políticas de Comunicação. 5. Televisão. 6. Regulação I. Universidade Estadual Paulista. Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação. II. Título.

JULIANA MARQUES DE CARVALHO

Televisão pública no Brasil: um estudo de caso da TV Brasil e as características de um sistema público de comunicação

Banca examinadora em 29 de agosto de 2013:

Prof. Dr. Adilson Vaz Cabral Filho
Membro da Banca

Profa. Dra. Maria Teresa Miceli Kerbauy
Membro da Banca

Prof. Dr. Juliano Maurício de Carvalho
Orientador e presidente da banca examinadora

ATA DA DEFESA PÚBLICA DA DISSERTAÇÃO DE Mestrado de JULIANA MARQUES DE CARVALHO, DISCENTE DO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO, DO(A) FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES E COMUNICAÇÃO DE BAURU.

Aos 29 dias do mês de agosto do ano de 2013, às 14:00 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. JULIANO MAURICIO DE CARVALHO do(a) Departamento de Comunicação Social / Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação de Bauru, Prof. Dr. ADILSON VAZ CABRAL FILHO do(a) Departamento de Comunicação Social / Universidade Federal Fluminense, Profa. Dra. MARIA TERESA MICELI KERBAUY do(a) Departamento de Antropologia, Política e Filosofia / Faculdade de Ciências e Letras de Araraquara, sob a presidência do primeiro, a fim de proceder a arguição pública da DISSERTAÇÃO DE Mestrado de JULIANA MARQUES DE CARVALHO, intitulada "Televisão pública no Brasil: um estudo de caso da TV Brasil e as características de um sistema público de comunicação". Após a exposição, a discente foi arguida oralmente pelos membros da Comissão Examinadora, tendo recebido o conceito final: APROVADA. Nada mais havendo, foi lavrada a presente ata, que, após lida e aprovada, foi assinada pelos membros da Comissão Examinadora.

Prof. Dr. JULIANO MAURICIO DE CARVALHO

Prof. Dr. ADILSON VAZ CABRAL FILHO

Profa. Dra. MARIA TERESA MICELI KERBAUY

*Dedico esse trabalho ao meu querido Tio
Padre Israel (in memoriam)*

*Aos meus pais Elias e Ivete, que me
deram a vida e com todo amor e carinho
me fizeram ser quem sou.*

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente aos meus pais Elias e Ivete, por sempre acreditarem em mim, pelo apoio e paciência incansáveis, por todo o suporte para que pudesse me dedicar inteiramente aos meus estudos. Graças a eles consegui alcançar mais uma etapa da minha vida com muito esforço e dedicação.

Ao meu querido irmão Gabriel, pela disponibilidade de me acolher sempre em sua casa nas minhas idas a Bauru e por toda ajuda nos momentos que mais precisei. Serei sempre grata a ele e espero poder recompensá-lo algum dia. Obrigada por acreditar em mim!

À minha querida irmã Isabella pelos momentos de diversão, paciência nas minhas fases de estresse e por toda amizade. Isa, graças a você, esse processo ficou um pouco mais fácil.

Ao meu namorado Endrigo, pela disponibilidade em me ajudar sempre, por acreditar em mim, me incentivar nos momentos de fraqueza, me encorajar a encarar novos desafios, me mostrar que as coisas podem ser muito mais fáceis do que parecem, ser compreensivo diante de tantos compromissos e por nunca reclamar minha ausência em momentos intensos de estudos. Conseguimos passar por mais uma etapa juntos.

À minha pequena grande amiga Carol, pela confiança, força, ânimo durante esta caminhada, por sempre estar disposta a meu ouvir e a compartilhar conquistas, sentimentos e angustias. Cá, te agradeço por deixar este processo menos difícil, por acreditar em mim e por vibrar tanto quanto eu em minhas conquistas. Agradeço também a querida amiga Lays, por compreender minha ausência e pela amizade que sempre me deu força e confiança para seguir em frente.

Ao meu querido orientador Prof. Dr. Juliano Mauricio de Carvalho, por demonstrar, desde o início do mestrado, sempre querer o melhor para mim. Obrigada pelo incentivo e oportunidades que foram dadas durante esses anos de convivência que propiciaram não só o meu crescimento acadêmico, mas também

pessoal. Por enxergar meu potencial, pela paciência e pela amizade que muito importante.

À Fundação de Amparo à pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP), pela possibilidade de me dedicar exclusivamente aos meus estudos, permitindo realizar minha pesquisa de forma responsável e colaborar, portanto, para o desenvolvimento do conhecimento científico no país e fora dele, já que tive a oportunidade de realizar estágio de pesquisa no exterior através da Bolsa de Estágio de Pesquisa no Exterior. Esta experiência contribuiu tanto para o meu crescimento acadêmico como pessoal, já que o contato com outros pesquisadores foi de extrema importância. Sendo assim, agradeço ao Prof. Dr. Luis Alfonso Albornoz, pela disponibilidade em me acompanhar durante todo o estágio, aos Professores que me receberam em suas respectivas Universidades e disponibilizaram um pouco do seu tempo para responder algumas questões sobre a televisão pública espanhola. Ao Prof. Dr. Adilson Cabral por toda ajuda e mais uma vez ao meu orientador que me incentivou a participar desta experiência que levarei pelo resto da vida.

À Prof. Dr. Maria Teresa Miceli Kerbauy e a Prof. Dr. Roseane Andrelo pelos apontamentos realizados no exame de qualificação que me ajudaram a aprimorar meu trabalho.

Aos entrevistados, que disponibilizaram um pouco do seu tempo para responder minhas perguntas, as quais me auxiliaram na compreensão de determinadas questões.

Aos amigos do mestrado pelo bom humor, pela companhia nas viagens para participação em congressos. Principalmente as amigas Bianca e Fabiola pelas conversas e ajuda.

Aos Professores por transmitirem seu conhecimento da melhor forma possível.

À Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação e seus colaboradores Sílvio e Helder que desde o processo de seleção me atenderam com paciência e educação.

A todos os outros que não foram citados aqui, mas colaboraram para que eu chegasse ao final de mais uma etapa.

Agradeço, por fim, a Deus, que me acompanha, por ter colocado pessoas iluminadas no meu caminho!

Em toda Ciência o difícil é o começo.

Karl Marx

CARVALHO, Juliana M. **Televisão pública no Brasil:** um estudo de caso da TV Brasil e as características de um sistema público de comunicação. 2013. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – FAAC – UNESP, sob orientação do Prof. Dr. Juliano Maurício de Carvalho.

RESUMO

Esta dissertação analisa o caráter público da TV Brasil a partir das seguintes características: estrutura, modelo de financiamento e modelo de gestão. A metodologia deste trabalho consistiu no estudo de caso de caráter exploratório, compreendendo ainda a pesquisa bibliográfica e documental bem como a utilização da técnica de entrevistas a fim de dar um maior suporte à análise posteriormente realizada. A análise foi baseada no referencial da Economia Política da Comunicação, que contribuiu para o entendimento das relações de poder presentes no processo de criação da TV Brasil e está compreendida entre os anos de 2007-2012. Buscou-se também contextualizar todo o período que antecede a criação da TV Brasil, a fim de compreender a conjuntura em que a nova emissora pública brasileira foi pensada e constituída.

Palavras-Chave: Economia Política da Comunicação. Sistema Público de Comunicação. TV Brasil. Políticas de Comunicação. Televisão. Regulação.

Abstract

The present dissertation analyzes the public character of TV Brazil upon the following criteria: structure, funding model and management model. The methodology used in this work was the case study, bibliographic and document research and the use of interviews in order to better support the posterior analysis. This analysis was based on the theoretical referential of the Political Economy of Communication, which contributed to the understanding of the power relations in the creation process of TV Brazil. The analysis between the years 2007-2012 aimed to contextualize the entire period before the creation of TV Brazil in order to understand the environment in which the new Brazilian public broadcaster was designed and constituted.

Keywords: Political Economy of Communication. Public Communication System. TV Brazil. Communication Polices. Television. Regulation.

Lista de Quadros

Quadro 1: Características da BBC	39
Quadro 2: Estrutura do grupo empresarial RTVE	45
Quadro 3: Características da RTVE.....	51
Quadro 4: Características da RTP.....	55
Quadro 5: Características da PBS.....	59
Quadro 6: Características da TVN.....	63
Quadro 7: Características das TVs públicas.....	65
Quadro 8: Diretoria Executiva da EBC.....	127
Quadro 9: Composição do Conselho de Administração e Fiscal da EBC	129
Quadro 10: Composição Conselho Curador EBC	130

Lista de Figuras

Figura 1: Abrangência do sinal da TV Brasil em Antena Parabólica	108
Figura 2: Abrangência do sinal da TV Brasil: Sky, OI e Claro TV.....	112
Figura 3: Abrangência do sinal da TV Brasil: NET	113
Figura 4: Abrangência do sinal da TV Brasil: VIVO TV	116

Lista de Gráficos

Gráfico 1: Número de Retransmissoras e Canais Abertos da TV Brasil	110
Gráfico 2: Fonte de Recursos EBC (2008 a 2012)	123

Lista de Tabelas

Tabela 1: Receitas de Captação e Prestação de Serviços em 2012 (em R\$).....	123
--	-----

Lista de Siglas

ABCCOM	- Associação Brasileira de Canais Comunitários
ABEPEC	- Associação Brasileira das Emissoras Públicas, Educativas e Culturais
ABTU	- Associação Brasileira de Televisão Universitária
ACERP	- Associação de Comunicação Educativa Roquette Pinto
APAVV	- Associação de Parentes e Amigos de Vítimas de Violência
ASTRAL	- Associação Brasileira de Televisões e Rádios Legislativas
BBC	- British Broadcasting Corporation
CENECA	- Centro de Estudios en Comunicacion Audiovisual
Citel	- Comisión Interamericana de Telecomunicaciones
CMS	- Coordenação dos Movimentos Sociais
CNT/Sensus	- Confederação Nacional do Transporte
CODELCO	- Corporación Nacional del Cobre
CPB	- Corporation for Public Broadcasting
CPI	- Consejo Provisional de Informativos
CUT	- Central Única dos Trabalhadores
EBC	- Empresa Brasil de Comunicação
ERC	- Entidade Reguladora para a Comunicação Social
FCC	- Federal Communications Commission
FNDC	- Fórum Nacional Pela democratização da Comunicação
FORTA	- Federación de Organismos o Entidades de Radio y Televisión Autonómicos
ISDB	- Integrated Services Digital Broadcasting
ISDB – T	- Integrated Services Digital Broadcasting Terrestrial
ITV	- Independent Television Network
IVA	- Imposto sobre o valor acrescentado
MEC	- Ministério da Educação
MOBRAL	- Movimento Brasileiro de Alfabetização
NBR	- Nacional do Brasil
NPR	- National Public Radio
Ofcom	- Office of Communications
OTI	- Organização de Televisão Iberoamericana
PBS	- Public Broadcasting Service
PSDB	- Partido da Social Democracia Brasileira
Radiobrás	- Empresa Brasileira de Radiodifusão
RCE	- Radio Cadena Española
RDP	- Radiodifusão Portuguesa
RNE	- Rádio Nacional España
RTP	- Rádio Televisão Portuguesa
RTVE	- Radiotelevisión Española
SBTVD	- Sistema Brasileiro de Televisão Digital
Secom	- Secretaria de Comunicação Social da Presidência da Republica
SEPI	- Sociedad Española de Participaciones Industriales
SIC	- Sociedade Independente de Comunicação
SRP	- Serviço Público de Radiodifusão
TSE	- Tribunal Superior Eleitoral
TVE	- Televisión Española
TVI	- Televisão Independente
TVN	- Televisão Nacional do Chile

UNESCO - Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura

SUMÁRIO

1. Introdução.....	21
2. Panorama da Televisão pública: experiências internacionais	33
2. 1. Histórico	33
2.2. A tradição europeia de televisão pública.....	34
2.2.1. A televisão pública no Reino Unido	34
2.2.2. A televisão pública na Espanha	39
2.2.3. A televisão pública em Portugal	51
2.3. O continente Americano e a tradição em televisão pública.....	56
2.3.1. A Televisão Pública nos Estados Unidos	56
2.3.2. A Televisão pública no Chile.....	59
2.4. Breve síntese	63
3. Dimensões do Sistema Público de Comunicação	66
3.1. Conceitos e Concepções sobre o Sistema Público de Comunicação	66
3.1.1. Elitista.....	71
3.1.2. Educativa	72
3.1.3. Pública como alternativa à mídia comercial	75
3.1.4. Sistema Público não estatal.....	76
3.1.5. Culturalista.....	78
3.1.6. Definição de mídia pública como aparelho de Estado	79
3.2. Construção de um sistema público de radiodifusão brasileiro?.....	82
3.2.1. Antecedentes e discussões	82
3.2.2. O artigo 223 da Constituição federal e a complementaridade do sistema.....	84
3.2.2.1. TV Pública, privada e estatal: uma breve discussão do conceito.....	88
4. A criação da TV Brasil.....	92
4.1. A criação da TV Brasil: Contextualização política e a transição para a TV Digital.....	92
4.1.1. I e II Fóruns Nacionais de Televisão Pública	94
4.1.2. O governo Federal e a Criação da EBC.....	101
4.2. TV Brasil: Características e análise	106
4.2.1. Estrutura do sistema	106

4.2.2. Modelo de Financiamento	118
4.2.3. Modelo de Gestão	126
5. Conclusão	134
Referências	139
Anexos.....	152
Entrevistas	152
Entrevista Debora Burini.....	152
Entrevista Hayleno Santos Hossoé	163
Entrevista Eduardo Castro.....	186

1. Introdução

A criação da TV Brasil está inserida no âmbito da tentativa de reordenação e construção de um sistema de televisão público brasileiro. Em alguns casos, o termo **público**, aplicado à televisão, está muito mais associado a uma *griffe* do que a um projeto político (MIOLA, 2008; MOTA, 2004), já que muitas emissoras, do ponto de vista jurídico ou legislativo, ou de sua autonomia administrativa, política e financeira, estão submetidas aos interesses do governo. No Brasil, nos últimos anos vem ocorrendo um movimento contínuo e crescente de mudanças conceituais nas televisões estatais e concessões de canais educativos (cf. MOTA, 2004, p.3). Segundo a autora, essas mudanças requerem um novo pensamento, cuja bandeira foi a construção de uma televisão pública para o país.

A tradição nacional está marcada pelo predomínio das emissoras comerciais e embora as concessões sejam públicas, a televisão é guiada pela lógica comercial, primando por elevados índices de audiências e altas verbas publicitárias. Ao levar em conta esta questão, é necessário pensar o caráter público da televisão tanto do ponto de vista conceitual, como das regras capazes de viabilizar sua efetividade (cf. MOTA, 2004, p.4).

O autor Dominique Wolton (1996) ressalta que se dá uma importância maior para o tamanho do mercado do que para a questão cultural e social. Contudo, esses dois conceitos são indissociáveis, existindo a urgência de uma reflexão teórica que construa análises as quais possam ser utilizadas para resistir à pressão crescente dos acontecimentos e dos interesses econômicos que irão se acelerar por toda a parte. Sendo assim, a análise de uma televisão pública busca refletir não somente sobre as suas características, mas também serve para evidenciar que sua existência implica numa quebra do predomínio das emissoras comerciais, visto que, a preponderância da lógica comercial limita o desenvolvimento de outros universos.

Deste modo, o presente trabalho consiste na análise do caráter público da TV Brasil, avaliando se esta emissora pode ser realmente considerada ou não como pública.

Na perspectiva de Mota (2004) o caráter público da televisão pode ser caracterizado a partir de três aspectos fundamentais: a natureza jurídica das emissoras educativas e culturais, as formas de financiamento do sistema e o controle público sobre o serviço. A autora ressalta que no Brasil há uma dificuldade em pensar a televisão pública devido à falta de clareza do significado do termo que a qualifica, já que nos diferentes setores da sociedade o termo “público” está identificado com a ação do estado. Miola (2009) também estabelece três conjuntos de características consideradas fundamentais para a classificação das emissoras em

cada um dos modelos previstos constitucionalmente, estatal, privado e público: 1) programação, 2) financiamento e 3) controle administrativo:

Este empreendimento teórico pode fornecer os parâmetros para a avaliação de cada emissora segundo os aspectos elencados e, eventualmente, auxiliar a responder se existem, no sistema de radiodifusão nacional, emissoras as quais se possa denominar públicas (MIOLA, 2009, p.37).

De acordo com Miola (2008) há poucas certezas quanto as reais características que atribuem a uma rádio ou emissora o predicado de pública, ainda, na perspectiva da autora, tanto no âmbito político como no acadêmico é possível verificar desentendimentos e divergências tornando impreciso qualquer discurso ou pesquisa que não parta de um esclarecimento sobre qual é conjunto de características tomado como referência na abordagem da emissora em questão.

Dessa forma, no presente trabalho, as características utilizadas para avaliar o caráter público da TV Brasil foram as seguintes: estrutura do sistema, modelo de financiamento e de gestão. Estes são de significativa importância, pois permitem a avaliação da emissora pública de um modo abrangente, também serão trabalhados ao longo desta dissertação outros aspectos que segundo alguns documentos de entidades, como a Unesco, são tidos como prerrogativas de uma televisão pública.

O suporte para esta análise foi dado por meio do referencial teórico da Economia Política da Comunicação, que se preocupa em analisar e compreender, através dos diferentes setores da sociedade, a lógica do mercado e a regulação promovida pelo Estado. Esta teoria se destaca por sua ênfase em descrever e examinar o significado das instituições, especialmente empresas e governos, os quais são responsáveis, entre outras coisas, pela regulação do mercado de comunicação (MOSCO, 2006).

Segundo Cabral (2008) a seara de atuação fundamental da Economia Política da Comunicação está na análise e compreensão das lógicas do mercado bem como da regulação promovida por parte do Estado a partir da movimentação entre os diversos setores da sociedade.

Compreender o jogo empreendido por esses atores sociais, bem como a atuação da sociedade civil nesse contexto, é um objetivo que não somente permite a realização dos estudos nesse campo, como também fornece subsídios mais estruturados para uma melhor compreensão das reais capacidades da sociedade em poder dar as cartas e fazer valer suas reais necessidades, afirmando a comunicação como direito humano em prol do interesse público (CABRAL, 2008, p.76).

A Economia Política da Comunicação tem sua base na crítica da Economia Política de Karl Marx, por meio de uma análise baseada no método materialista histórico dialético que tematiza a emergência de uma nova sociedade trazida pelo desenvolvimento do capitalismo, onde o homem e o contexto no qual ele vive têm papel fundamental. Assim, para Marx há um movimento concreto, produto da ação humana, capacitando o homem a transformar o meio em que ele vive, já que o autor “[...] pressupõe uma natureza humana definida na forma de uma faculdade essencial de experiência por parte do indivíduo” (CUTLER; HINDESS; HIRST; HUSSAIN, 1977, p.243).

Segundo Fernandes,

Como e enquanto ciência a economia política precisa encarar a sociedade burguesa moderna como um sujeito determinado, na cabeça de quem a pensa e na realidade, compreendendo-a em toda sua inteireza e segundo a “conexão orgânica” que, em seu interior se estabelece entre as relações econômicas. De um lado, é pela análise sistemática das categorias que se pode elucidar a natureza da sociedade burguesa moderna (FERNANDES, 1989, p.118).

Nesta perspectiva, a crítica da economia política pressupunha uma negação objetiva da sociedade burguesa, conduzindo a uma ciência social histórica. Aquela só seria possível como parte do movimento operário e da consciência de classe revolucionária, que tinha como intuito dissolver e transformar a ordem capitalista (FERNANDES, 1989).

Para Karl Marx, em um sistema capitalista, os detentores dos meios de produção material também possuem o controle tanto sobre a difusão quanto sobre a produção das ideias de seu tempo. Assim, a cultura da sociedade acaba refletindo as normas e os valores da classe social dominante. Por pensar desta maneira, segundo Polistchuk e Trinta, Marx teria observado no mundo da comunicação a manifestação necessária de “formas da consciência social”:

No que tange à sua condição de existência e à sua função, tais “epifenômenos” remeteriam a um solo histórico, no qual os homens produzem e reproduzem. Estamos no domínio da economia. De um lado dá-se um nome a uma materialidade que, em si mesma e livre de toda a significação, faz parte da história dos homens; de outro, são rotuláveis as linguagens e os sistemas de sinais em curso e uso nas sociedades humanas. Entramos no campo da Comunicação (POLISTCHUK; TRINTA, 2003, p.119).

A economia política da comunicação desenvolveu-se ao longo do século XX, com o propósito de analisar as mudanças sociais bem como a transformação histórica ocorrida a

partir do desenvolvimento e apropriação dos veículos de comunicação na sociedade capitalista.

No final década de 1950, o então professor da Universidade de Illinois Dallas Smythe, estimulou alguns acadêmicos a iniciarem pesquisas na vertente econômica da comunicação. Em 1951, Smythe argumentou que o principal produto dos meios de comunicação de massa comerciais era o poder da audiência. Segundo Serra (2006), esse argumento de Smythe embasaria seu trabalho subsequente sobre a tese da audiência como mercadoria esta influenciou outros pesquisadores críticos. Em 1960, ao apresentar seus estudos nesta temática, o autor definiu a economia política da comunicação como o estudo das medidas políticas e dos processos econômicos, suas inter-relações e suas influências mútuas nas instituições sociais (SMYTHE apud WASKO, 2006).

O autor Herbert Schiller também deve ser ressaltado, já que, tanto ele como Smythe, apresentaram posições que representaram questionamentos ao *mass communication research*. O seu trabalho parte da análise da estrutura econômica internacional e os meios de comunicação, dando maior ênfase às relações entre o Estado norte-americano, às grandes empresas de comunicação e às corporações industriais e bancárias (BOLAÑO; HERSCOVICI; MASTRINI, 1999).

Schiller, com sua obra *Mass Communications and American Empire*, de 1969, inaugura uma série de pesquisas que têm como resultado uma vasta denúncia da crescente privatização do espaço público norte americano.

Nos anos 1970, segundo Segovia (2006), Graham Murdock e Peter Golding definiram os interesses da economia política da comunicação baseando-se no estudo da comunicação e nos meios massivos como mercadorias produzidas pela indústria capitalista. Segundo Bolaño, Herscovici e Mastrini (1999) os dois autores centraram suas análises na tentativa de explicar como as comunicações de massa participaram do processo de estratificação social na reprodução das relações de classe. Definindo sua vertente como economia política crítica, os dois também contribuíram para a consolidação da economia política nos estudos de comunicação na Europa.

Para Nicholas Garnham, à Economia Política da Comunicação caberia analisar os modos de produção e consumo cultural desenvolvidos na sociedade capitalista (GARNHAM, 1979). Neste sentido, o autor entende que os meios possuem uma função econômica, ou seja, criar o lucro, ou mais valia, através da produção da mercadoria programa e, contribuir, mesmo de forma indireta, para o lucro em outros setores, por meio da veiculação da publicidade.

O desenvolvimento de uma Economia política da Comunicação foi influenciado pela transformação da imprensa, dos meios eletrônicos e das telecomunicações, de modestas empresas familiares, nas corporações multinacionais atuais. Um dos atuais desafios para os estudos de economia política é analisar como se organiza a produção para os novos mercados da informação segmentados e específicos e como a comunicação participa do circuito de acumulação do capital e das necessidades da estrutura econômica baseada na rapidez do consumo (BOLAÑO; HERSCOVICI; MASTRINI, 1999, p.4).

Segundo Mattelart e Mattelart (2003), a partir de 1975 a economia política se encaminha para uma reflexão que não está mais restrita à “indústria cultural”, mas sim às “indústrias culturais”, revelando assim, o abandono de uma visão genérica dos sistemas de comunicação. Nessa área destacam-se também os estudos dos franceses Miège, (1978) e Flichy (1980).

No momento em que as políticas governamentais de democratização cultural e ideia de serviço e monopólio públicos são confrontados com a lógica comercial num mercado em vias de internacionalização, trata-se de penetrar na complexidade dessas diversas indústrias para tentar compreender o processo crescente de valorização das atividades culturais pelo capital (MATTELART, A; MATTELART, M, 2003, p.113).

Segundo Mosco (2011), a economia política da comunicação sempre teve uma importante dimensão internacional. Duas das figuras fundadoras, Dallas Smythe e Herbert Schiller, colaboraram juntamente com Armand Mattelart para a construção de um sistema de meios democrático no Chile do governo Allende. Ainda, de acordo com Mosco, as pesquisas fora do núcleo dos países desenvolvidos, principalmente na América Latina, surgiram como resposta ao imperialismo midiático no ocidente.

Os estudos desenvolvidos no continente latino-americano têm coberto uma vasta área de interesse, contudo, a corrente mais importante foi desenvolvida em resposta ao modelo desenvolvimentista originado das tentativas ocidentais, principalmente americanas, de colocar a informação em um esquema explicativo adaptado às principais correntes intelectuais e interesses políticos (cf. MOSCO, 1998, p.103). Para esta corrente, a mídia seria um recurso que propiciaria o desenvolvimento e estimularia a modernização econômica, social e cultural.

Apoiados em teorias variadas como dependência, sistema mundial, e outras vertentes da economia política neo-marxiana internacional, os economistas políticos do Terceiro Mundo desafiaram as premissas fundamentais desse modelo teórico, especialmente o seu determinismo tecnológico e a inexistência de praticamente qualquer interesse sobre as relações de poder, que configuram os termos dos relacionamentos entre as nações do Primeiro e

Terceiro Mundo, bem como sobre as relações de classes entre as nações e em seu interior (MOSCO, 1998, p.104)¹

De acordo com Mattelart e Mattelart (2003), a “teoria da dependência”, desenvolvida na América Latina, possui numerosas variantes “que dependem da apreciação da margem de manobra e do grau de autonomia creditados a cada nação em relação as determinações do sistema-mundo.” (MATTELART; MATTELART, 2003, p.118). Abria-se, desta forma, espaço para o surgimento de tentativas originais de transformação social que colocavam em evidência a política de democratização da comunicação.

Mosco (2006) sustenta que a Economia política da Comunicação constitui teoria realista, inclusivista e crítica. É realista, pois parte do pressuposto de que a realidade é constituída tanto do que vemos, como do modo que explicamos o que vemos; inclusivista porque tem consciência de que é apenas mais uma entre tantas possibilidades de explicar um fenômeno; e crítica pela relação que mantém com a economia política como um todo, bem como com a comunicação em geral e também com o paradigma marxista a que está circunscrita.

Os fenômenos e processos centrais analisados pela Economia Política da Comunicação, de acordo Valente (2009a) são: a Indústria Cultural em sua dimensão integrada ou em suas manifestações específicas; os sistemas de mídia internacionais, nacionais e regionais; modelos institucionais, processos de regulação e políticas públicas relativos à área das comunicações; a propriedade dos meios de comunicação e movimentos de integração e concentração; e as diferentes modalidades de cada uma das mídias (privadas, comerciais, públicas, comunitárias). Ou seja, além de permitir o entendimento da configuração dos meios de comunicação no contexto capitalista, a Economia Política da Comunicação também possibilita evidenciar

(...) que a reprodução mundial do modo de produção capitalista traz no seu bojo a expansão não apenas de uma cultura de dominação, cujo exemplo mais acabado talvez seja a própria indústria cultural, mas também de culturas de resistência, das quais, diga-se de passagem, essa mesma indústria se vale (BOLAÑO; BRITTOS, 2007a, p.52).

É no cenário de transformações substanciais na mídia, delineado no século XX e aprofundado no século XXI, que se busca compreender as mudanças provocadas principalmente pela reestruturação capitalista e pelas novas tecnologias de informação e comunicação, neste sentido, a Economia Política da Comunicação se constitui como uma das

¹ Mosco (1998) cita em seu trabalho Boafó (1991), Cardoso (1979), Roncagliolo (1986) e Tang e Chan (1990).

perspectivas teóricas e metodológicas mais pertinentes e produtivas na reflexão desses processos de mudanças.

No Brasil este referencial teórico contribuiu para o entendimento do papel exercido pela sociedade civil como sujeito dos processos comunicacionais, além disso, o mesmo permite uma análise ampla, assimilando os diferentes setores da sociedade, colaborando na elucidação de questões ligadas não somente ao campo da Comunicação.

[...] a Economia Política da Comunicação proporciona o próprio redimensionamento do papel da teoria crítica no âmbito dos estudos da Comunicação, recolocando-a em outras bases pela compreensão dos papéis das redes comerciais corporativas no Brasil, do Estado, dos diversos governos e dos processos regulatórios como subservientes às práticas de concentração e formação de monopólios e oligopólios do setor e, por fim, do comprimento das organizações da sociedade civil diante dessa configuração (CABRAL, 2008, p.81).

A Economia Política da Comunicação é marcada por uma multidimensionalidade que compreende o estudo da relação entre mídia e os sistemas de comunicação e a estrutura social de uma maneira ampla, passando também pela análise de como as formas de financiamento, a propriedade e as políticas governamentais podem exercer alguma influência sobre o comportamento e conteúdo da mídia (SERRA, 2006).

Atualmente a TV de caráter público tem assumido papel considerável ao tomar para si a responsabilidade de promover a formação crítica do indivíduo para o exercício da cidadania e democracia. Assim, a utilização deste referencial nesta pesquisa se deu pelo fato de o mesmo possibilitar não só uma análise voltada para construção de uma alternativa às redes comerciais, através de serviços que priorizem o interesse social e a valorização do cidadão, mas também por evidenciar as relações de poder predominantes na sociedade brasileira, que de certo modo, impediram a construção efetiva de uma emissora pública no país.

A televisão pública se diferencia das comerciais por estar mais voltada a oferecer uma programação de qualidade e privilegiar a formação de cidadãos. Ao se falar em qualidade da programação deve-se ter em mente que ela não se constitui como um atributo objetivo, ainda que a mesma seja definida como uma característica de satisfazer determinados padrões de excelência, ancorados em um conjunto de valores ou normas (ROSENGREN, 1991 apud RABOY, 1993, p.8). Seguindo a mesma perspectiva de Rosengren (apud RABOY, 1993, p.8) qualidade, aqui, não é uma característica, mas é uma relação entre característica e um conjunto de valores.

Ao pensarmos na televisão pública como instrumento importante no sentido de privilegiar a formação de cidadãos e não de consumidores, deve-se ter em mente que ser cidadão é também buscar informações sobre o que está ocorrendo. A informação e a comunicação são elementos essenciais para que os sujeitos construam e exerçam sua cidadania. Ambos constituem-se como processos indissociáveis e imprescindíveis um do outro (cf. CARVALHO, 2008; MORIGI; VANZ; GALDINO, 2008), portanto, os meios de comunicação públicos

[...] devem se apresentar como potencializadores para serem, ao mesmo tempo, parte de um processo de organização popular e canais carregados de conteúdos informacionais e culturais, além de possibilitarem a prática da participação direta nos mecanismos de planejamento, produção e gestão. Contribuem, portanto, duplamente, para a construção da cidadania (FERREIRA, 2009, p. 114).

Segundo Morigi, Vanz e Galdino (2008), os impactos gerados pelas tecnologias da informação e comunicação e a dinâmica da sociedade, fazem com que a cidadania necessite ser repensada e compreendida sob múltiplas óticas, considerando estas mudanças e o novo desenho da sociedade que se estendem por todo o planeta, assim, “a cidadania não pode ser encarada apenas como um conjunto de direitos formais, mas como um modo de incorporação dos sujeitos e de grupos no cenário social” (MORIGI; VANZ; GALDINO, 2008, p. 72-73). Portanto, “a televisão pública acaba sendo, hoje, um decisivo lugar de inscrição de novas cidadanias, onde a emancipação social e cultural adquire uma face contemporânea” (MARTÍN-BARBERO, 2002, p.57). O aperfeiçoamento dos sistemas democráticos se dá na medida em que os diferentes poderes, entre eles o do governo, estão sujeitos ao controle da cidadania, portanto, é fundamental a existência da liberdade de expressão e de um sistema que permita o acesso plural aos diversos pontos de vista.

Levando em conta estes aspectos, a metodologia do presente trabalho foi constituída na pesquisa qualitativa, a qual possui preocupações centradas no entendimento das relações e dinâmicas sociais. Como estratégia de pesquisa foi utilizado o estudo de caso de caráter exploratório. O estudo de caso é marcado não somente pelo interesse do caso em questão, mas também pelo fato do mesmo possibilitar o acesso a diferentes fenômenos e aspectos da realidade estudada (PIRES, 2008). Ainda segundo Pires, é por meio deste estudo que se poderá realizar uma compreensão das transformações sociais e culturais,

[...] pois se pode apreender a cultura e os mecanismos sociais em ação, a partir dos fenômenos “normais”, rotineiros, que, sem serem extremos ou

excepcionais, revelam-se como excelentes fios condutores para análise de diferentes aspectos da sociedade (PIRES, 2008, p.193).

Segundo Gil (1999), a pesquisa exploratória tem como finalidade desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias, tendo em vista a formulação de problemas mais precisos ou hipóteses pesquisáveis para estudos posteriores. Assim, ao buscar analisar o caráter público da TV Brasil, tem-se o intuito de evidenciar a construção deste conceito não só no contexto brasileiro, mas também nos cenários internacionais. Além disso, as pesquisas exploratórias envolvem levantamento bibliográfico, documental e entrevistas.

O levantamento bibliográfico foi realizado com o intuito de observar os elementos, entre eles os históricos, da formação da televisão pública no Brasil, a partir de material e livros trabalhados por outros autores. A pesquisa documental foi empregada em complemento à pesquisa bibliográfica. Foram utilizados documentos de fontes primárias, tais como leis, decretos, portarias e notícias, e de fontes secundárias, como relatórios de pesquisa, pareceres técnicos, entre outros. Ademais, foram realizadas entrevistas semiestruturadas que posteriormente deram suporte à análise.

As etapas da dissertação foram desenvolvidas seguindo os critérios de delineamento de estudos proposto por Gil (1999), ou seja: delimitação do objeto, coleta de dados, análise e interpretação dos dados, redação do relatório/dissertação. A delimitação da pesquisa está na avaliação do caráter público da TV Brasil, compreendendo os aspectos envolvidos na sua criação, em dezembro de 2007 até o ano de 2012. A pesquisa também contou com atualizações em 2013, através de documentos disponibilizados pela própria EBC os quais tiveram significativa importância para a compreensão dos resultados alcançados com este trabalho.

A coleta de dados para a análise do corpus da pesquisa foi realizada por meio de documentos oficiais, decretos, leis, destacando-se mais uma vez os documentos institucionais disponíveis no site da EBC, entre eles os Planos de Trabalho do período de 2012 e 2013, o Relatório Anual da Ouvidoria de 2012, bem como o Relatório Trimestral da Ouvidoria de Janeiro a Março de 2013. Notícias de jornais e sites especializados que tratam da criação da TV Brasil, da temática da TV pública, das políticas de comunicação compreendidas no governo do Presidente Luis Inacio Lula da Silva também foram buscados, com o intuito de contextualizar o período tratado, propiciando realizar uma análise que compreendesse, se não todos, mas a maioria dos processos que influíram e refletem na atual configuração da TV Brasil.

A fim de complementar a análise, foram realizadas entrevistas semiestruturadas, com questões que visavam entender a importância da criação da TV Brasil no contexto nacional bem como uma prévia percepção de como os critérios de apreciação estavam delineados. Desta forma, buscou-se entrevistar pesquisadores doutores que trabalharam em suas teses com a TV Brasil no período de 2010 e 2012. Após um breve levantamento das teses defendidas no portal de teses e dissertações da Capes chegamos, à pesquisadora Débora Burini, doutora em Comunicação, em 2010, pela Universidade Metodista de São Paulo e ao pesquisador Hayleno Hossoé, doutor em Políticas Públicas, no ano de 2012, pela Universidade Federal do Maranhão. Além dos pesquisadores, também foi entrevistado o Diretor Geral da EBC, Eduardo Castro e tentou-se entrevistar a Ouvidora Geral Regina Lima, contudo, a mesma não retornou o contato realizado. Estas entrevistas foram de extrema importância, elucidando algumas questões envolvidas na criação da TV Brasil as quais configuraram um panorama significativo para a realização da análise.

Após a coleta e interpretação dos dados, a análise foi realizada a partir dos seguintes critérios: estrutura do sistema; modelo de gestão; e o modelo de financiamento, que permitiram evidenciar as características da TV Brasil que a constituem ou não como uma emissora pública no contexto de desenvolvimento de um Sistema Público de Comunicação brasileiro.

Os critérios acima foram estabelecidos por existirem diversas experiências de sistemas público em diferentes partes do mundo, todas de acordo com a realidade social, contexto histórico e concepções de “público” de cada país, propiciando um modelo específico de acordo com sua realidade.

A estrutura do sistema permitiu a verificação do alcance e do perfil da emissora em questão; modelo gestão, averiguar como sua administração está composta e as instâncias do governo, sociedade civil e outras entidades ligadas aos interesses da mesma que dela fazem parte; modelo de financiamento priorizou as fontes orçamentárias e de onde provém a captação de recursos, que possibilitam a TV Brasil exercer sua função sem estar diretamente vinculada à lógica do mercado. Todos eles possibilitaram uma análise aprofundada sobre a TV Brasil e a sua importância na configuração das redes públicas de TV brasileira.

A partir da visão da Economia Política da Comunicação, cuja matriz de interesse se dá nas relações sociais que formam os campos político, econômico, social e cultural, com o intuito de compreender transformações tanto históricas como sociais e suas formas de repercussão na comunicação (BOLAÑO; BRITTOS, 2007a), foi traçado um panorama de

como o sistema público de radiodifusão, a partir de TV Brasil está sendo constituído e pensado.

Além da Economia Política da Comunicação foram utilizadas neste trabalho concepções que definem a mídia pública como (VALENTE, 2009b): 1) elitista, na qual a elite é a responsável por impor sua visão de cultura e política à população de uma forma geral; 2) educativa, a mídia pública vista como um meio de ampliar a formação da população, constituindo-se como uma importante fonte na difusão de conteúdos, tal como ocorreu no Brasil, onde as TVs educativas foram criadas para suprir a demanda por educação gerada com a crescente industrialização no período militar; 3) alternativa ao modelo comercial, ou seja, a TV pública que atende as necessidades não contempladas pelas televisões comerciais, um dos motivos para a criação da Empresa Brasil de Comunicação no país; 4) sistema público não estatal constituído longe das influências do Estado e do mercado; 5) culturalista, quando prioriza a dimensão cultural, proporcionando aos cidadãos o reconhecimento da diversidade cultural de seu país; e 6) aparelho do estado, refletindo os interesses e a ideologia do Estado permitindo ao mesmo garantir a manutenção de sua dominação.

A TV Brasil é relevante nesta análise, pois como uma TV, a princípio, de caráter público se estabelece como um espaço efetivo para o esclarecimento dos agentes não hegemônicos, através de programas que visem ao desenvolvimento de uma formação cidadã, sendo uma alternativa significativa às redes comerciais que tem sua produção voltada a atender às necessidades do mercado e não do público.

Ao longo desta dissertação poderá ser observado os aspectos políticos, legais, tecnológicos e sociais que envolvem o tema.

O Capítulo 1 apresenta os modelos de televisão públicas presentes no continente europeu, representadas pela BBC (Reino Unido), RTVE (Espanha) e RTP (Portugal), o modelo norte americano, representado pela PBS e finalmente, o modelo latino-americano, representado pela TVN do Chile, que possui a peculiaridade de buscar por seu financiamento, gerando uma dependência em relação ao mercado.

A análise das televisões públicas de outros países, contribuiu significativamente para o desenvolvimento desta pesquisa bem como para ampliar o entendimento da televisão pública no Brasil, que voltou à cena nas discussões com a transição do sistema analógico para o digital. O interesse não é estabelecer comparações entre as televisões, pois, como já foi dito anteriormente, sua formação se dá de acordo com o contexto de cada Estado, mas sim, avaliar

os limites e as possibilidades para a televisão pública brasileira a partir das experiências dos outros países.

A escolha da televisão pública inglesa, representada pela BBC, se deu por que além da mesma ser a primeira rede de televisão pública no mundo, mantém, ainda hoje, um modelo livre da veiculação de publicidade, referência até os dias atuais.

As televisões públicas de Portugal e Espanha são abordadas porque foram constituídas em um contexto parecido com o das televisões latino-americanas, ou seja, na ditadura militar. Esta constatação não se estende ao cenário político de cada um desses países porque, embora ambos fossem compreendidos em períodos marcados por ditaduras, cada uma se deu em contexto político e social distintos.

A PBS americana foi selecionada pelo fato da história da televisão brasileira estar ligada à da americana. Segundo Silveira, “a compreensão do modelo americano, assim, insere-se no debate para a formação do modelo de televisão para o Brasil, mesmo que indiretamente” (SILVEIRA, 2002, p.8). Além disso, o debate no Brasil tanto para a radiodifusão quanto para os demais serviços de comunicação girou em torno do modelo americano e a partir dos anos 90 o modelo americano terminou por se impor na totalidade dos serviços de comunicação brasileiros (FERREIRA; JAMBEIRO, 2011).

E por último, a TVN chilena, por ser um modelo distinto, já que apesar de não possuir fins lucrativos, ela é responsável pelo seu financiamento. Neste sentido, Fuenzalida afirma que *“la empresa no tiene obligación de generar utilidades (para ser traspasadas a su dueño el Estado – como es obligación de la empresa cuprífera estatal CODELCO); sin embargo debe financiar su operación y flujo de cajá, su inversión de desarrollo y deuda”* (FUENZALIDA, 2006, p.122) .

Ainda no Capítulo 2, buscou-se analisar os mesmos critérios utilizados para a análise da TV Brasil, a fim de verificar suas possibilidades e ao final foi realizada uma breve síntese com intuito de deixar mais evidente os critérios tratados.

O Capítulo 3 trata das dimensões e concepções do sistema público de comunicação, abordando o conceito de serviço público de televisão e as concepções de mídia pública. Após o entendimento destes conceitos, passamos às questões que envolvem a construção de um sistema público de radiodifusão no Brasil, tratando da complementariedade entre os sistemas público, estatal e privado presente na Constituição Federal de 1988 e por fim, uma discussão sobre a definição dos conceitos e diferenciação de uma televisão pública, estatal e comercial.

No Capítulo 4, é abordado o contexto político, social e tecnológico de criação tanto da TV Brasil, como da EBC, apresentando os debates e as polêmicas que marcaram este cenário. Os aspectos investigados contribuíram para a estruturação da análise, demonstrando que a TV Brasil está buscando um maior espaço no cenário televisivo brasileiro, mas que ainda carece de um maior aperfeiçoamento, principalmente na sua estrutura e financiamento.

Por último, é apresentada a conclusão da dissertação, retomando alguns dos principais aspectos que foram tratados no decorrer da pesquisa. Ao expor estas questões, pretendia-se colaborar na discussão sobre a implantação de um espaço televisivo que busca ser mais democrático e inclusivo, diferente da televisão comercial que no Brasil predomina há mais de cinquenta anos.

2. Panorama da Televisão pública: experiências internacionais

2. 1. Histórico

A televisão pública na Europa Ocidental começa a ser desenhada durante a primeira Guerra Mundial. Até então, o rádio destacava-se como o único meio de comunicação, que além de permitir aos militares acesso às informações, era fundamental para a transmissão de notícias sobre o conflito.

Segundo Wolton (1996), a televisão pública na Europa origina-se de três ideias do pós-guerra. Primeiramente, o temor suscitado pela nova mídia, mais inquietante que o rádio pois transmitia imagem. A utilização do rádio pelos nazistas ainda estava muito presente, sendo assim, “as mídias de massa eram, por isso, consideradas perigosas e deviam, portanto, ser controladas pelo poder público” (WOLTON, 1996, p.25). Em segundo lugar, ocorreu uma relação negativa contra o modelo de organização privada da televisão americana, a qual tinha alcançado um desenvolvimento grande durante o período da guerra. Assim, “a ‘nacionalização’ da televisão era ainda mais justificada que a do rádio para se escapar aos demônios do lucro” (WOLTON, 1996, p.25). E por último, veio a ideia de que a televisão, se bem utilizada, poderia se constituir como um fantástico instrumento de democratização cultural, juízo difundido entre os primeiros profissionais de televisão, políticos, intelectuais e elite culta em geral².

Na perspectiva de Bustamante (1999), as justificativas sobre o estabelecimento das televisões públicas na Europa são frequentes nos documentos oficiais. Segundo o autor, “*las*

² Como será exposto posteriormente, esta ideia está ligada à concepção elitista de mídia pública.

causas profundas de ese modelo han sido debatidas y controvertidas por su complejidad” (BUSTAMANTE, 1999, p.33). Segundo ele, alguns autores assinalaram a inexistência, em muitos países europeus ocidentais – no final da II Guerra – de um mercado de consumo amplo o suficiente para garantir a venda massiva de receptores bem como a rentabilidade da publicidade. Assim, o Estado, como ocorreu também em outros países da América latina, teve um papel de precursor para gerar um espaço estatal homogêneo.

[...] *en un doble mercado interrelacionado: la fuerte inversión requerida en infraestructuras que permitió la expansión y universalización del servicio, y la producción sistemática de programas que hizo atractivo el nuevo medio y suscitó una compra masiva de receptores baratos* (BUSTAMANTE, 1999, p.33-4).

A maior parte dos países europeus saiu da Segunda Guerra Mundial política e economicamente debilitados, necessitando restabelecer sua soberania. Dessa forma, para restaurar o consenso e a identidade nacional era indispensável uma televisão estatal centralizada com acesso sistemático à população. Já na América Latina houve o predomínio das televisões comerciais, que se comercializaram e privatizaram enquanto houve um mercado relativamente amplo. Entretanto, as televisões públicas, adotaram um esquema autoritário, sem consenso social e modelo de serviço público (BUSTAMANTE, 1999).

Os modelos de televisões públicas não são estáticos, vão se delineando a partir do contexto em que estão inseridos, assim, é importante compreender a estrutura dos valores daquilo que constituiria a essência da televisão pública. Como será observado em alguns exemplos a seguir.

2.2. A tradição europeia de televisão pública

2.2.1. A televisão pública no Reino Unido

A *British Broadcasting Corporation* (BBC) teve sua estação de transmissão inaugurada em 1936. Assim, surgiu a primeira televisão pública no mundo, referência para estudiosos de televisão até os dias de hoje. A recente transmissão logo precisou ser interrompida em 1939, diante da iminência da Segunda Guerra mundial, voltando a funcionar somente no dia 07 de junho de 1946. O modelo inglês não tinha como seu objetivo o lucro, portanto, inexistia a veiculação da publicidade.

O funcionamento da nova televisão desencadeou um grande número de críticas, as quais residiam sobre o grande poder exercido pela BBC, já que acreditava-se que o canal

impunha padrões culturais e linguísticos aos ingleses. De acordo com Leal Filho (1997), algumas organizações trabalhistas faziam campanhas pelo fim do monopólio televisivo da BBC. Apesar das manifestações, o relatório *Beveridge*³ de 1951 “reafirmou a ideia de que o broadcasting deve ser defendido de qualquer competição para evitar uma ‘degradante batalha por audiência’” (LEAL FILHO, 1997, p.49). Ademais, o mesmo rejeitou a possibilidade de introduzir propagandas ou apoio publicitários, permanecendo a licença paga pelos telespectadores.

Em 1954, foi criada a *Independent Television Network* (ITV) nova rede de televisão cujo comando era independente do Estado, colocando fim ao monopólio da BBC.

Estava criado o duopólio na televisão britânica, um sistema *sui generis* que só viria a ser abalado na década de 1980 com o surgimento das transmissões por satélite e cabo. A maioria dos analistas na década de 1960 afirma que a qualidade da televisão cresceu com a concorrência. A BBC e a ITV, além de disputarem a audiência, passaram a concorrer na busca dos melhores profissionais existentes no mercado (LEAL FILHO, 1997, p.51).

Este duopólio permaneceu até a década de 1980. Em 1985 o relatório elaborado pela Comissão do professor Alan Peacock criticou de forma explícita o modelo de televisão britânico, defendendo a ampliação de oferta de conteúdos audiovisuais aos cidadãos pelas novas tecnologias, entre elas: o satélite e o cabo, que tinham iniciado recentemente suas transmissões (VALENTE, 2009c).

Em 1990, foi publicado o *Broadcasting Act*, uma nova lei cuja preocupação se restringiu à televisão comercial. Embora liberalizante no aspecto comercial, segundo Leal Filho (1997) ainda era mantido um controle sobre os níveis de programação. A década de 1990⁴ também é marcada pelo aumento da lógica produtivista na BBC, que enfrentou corte nos gastos e redução de recursos para a produção de novos programas.

Em 2004, antes da aprovação da Carta Real, Mark Thompson e Markel Grade, diretor-geral e presidente do conselho, respectivamente, lançaram um documento denominado “*Building Public Value: renewing the BBC for a digital world*”, em que apresentavam as diretrizes que seriam seguidas pela BBC, nos próximos anos. Segundo Ottoni (2008, p.223) este era um manifesto que delineava e previa para a BBC um claro papel de liderança para a

³ Resultado da Comissão de Inquérito constituída em 1949 sob presidência de lorde Beveridge, com a finalidade de analisar a constituição, controle, financiamento e outros aspectos gerais dos serviços de transmissão de som e imagem do Reino Unido (cf. LEAL FILHO, 1997, p.49).

⁴ Década marcada pelo surgimento cada vez maior das televisões comerciais na Europa, que passaram a dividir livremente o espaço com as televisões públicas. Além disso, deve-se destacar também o fator político, visto que há a consolidação do neoliberalismo, portanto cabia ao Estado exercer um papel cada vez mais reduzido na sociedade.

organização na transição do analógico para o digital, além de propor a reforma do Conselho, mais transparência, criatividade e maior circulação de verbas entre as regiões. No quesito valores públicos o documento apontou cinco objetivos ditos indispensáveis para medir a qualidade dos serviços oferecidos:

1. Valores democráticos e cívicos refletidos em notícias confiáveis e imparciais; 2. Valores culturais fortalecidos por investimentos em produções britânicas originais, no talento criativo e programas nacionais; 3. Valores educativos que ofereçam a cada um a oportunidade de aprender; 4. Valores sociais que ofereçam às comunidades um lugar para florescer; 5. Valores globais enquanto provedor confiável de notícias e talento criativo. (OTONDO, 2008, p.224)

Assim, o serviço prestado pela BBC começou a ser medido para verificar se o mesmo estava de acordo com suas finalidades.

A BBC é regida pela *Royal Charter* (Carta Real), criada através de licença real em 1926. Este documento, tem validade de dez anos, nele é apresentado o esqueleto institucional e os seus propósitos, extremamente rígidos do ponto de vista legal. Em 2006 foi aprovada a nova Carta Real que afirmava as características e o papel da BBC prevendo a transição para as novas tecnologias, entre eles a transição para a televisão digital e a ampliação da oferta de conteúdos para a internet. Ademais, estavam inscritos os seus objetivos públicos, entre os quais:

promover a cidadania e a sociedade civil; promover a educação e a aprendizagem; estimular a criatividade e excelência cultural; representar o Reino Unido, suas nações, regiões e comunidades; levar o Reino Unido para o mundo e trazer o mundo para o Reino Unido; ajudar a levar ao público os benefícios das tecnologias e serviços emergentes de comunicação, além de desempenhar um papel de liderança na transição para a TV digital. (OTONDO, 2008, p.232-3)⁵

Esta carta também promoveu a reestruturação da gestão da BBC criando o *BBC Trust*⁶ e o *Executive Board* (Conselho Executivo). Estes dois órgãos formam o corpo dirigente da corporação. O primeiro é representativo do interesse dos contribuintes que pagam pelo *license fee*⁷, composto por doze membros, indicados pela rainha com base num processo de seleção

⁵ Do original em inglês: “*The Public Purposes of the BBC are as follows – (a) sustaining citizenship an civil society; (b) promoting education and learning; (c) stimulating creativity and cultural excellence; (d) representing the UK, its nations, regions and communities; (e) bringing the UK to the word and the world to the UK; (f) in promoting its other purposes, helping to deliver to the public the benefit of emerging communications technologies and services and, in addition, taking a leading role in the switchover to digital television.*” (DEPARTAMENT FOR CULTURE, MEDIA AND SPORT. BROADCASTING, 2006, p.2)

⁶ Novo Conselho Curador da BBC, ao qual cabe a tarefa de zelar pelo interesse do usuário e garantir o cumprimento dos seis objetivos públicos.

⁷ Taxa paga anualmente por aparelho de televisão que financia a corporação.

operado por um representante do Departamento de Cultura, Mídia e esportes, presidente da BBC e um assessor independente, o tempo de mandato é definido pela rainha e não pode passar de cinco anos.

O *Trust* deve publicar protocolos que especificam as funções e a relação com a diretoria Executiva. Sua avaliação do cumprimento dos propósitos da BBC dele levar em conta a opinião da população, que é colhida em consultas públicas antes da publicação da cada relatório anual de balanço (VALENTE, 2009c, p.240).

A diretoria executiva é formada por quinze membros, dez executivos e cinco não executivos. De acordo com Mark Thompson, diretor-geral da BBC, sua criação teve como finalidade a constituição de um corpo real com capacidade de decisão e um forte sentido de responsabilidade e transparência. Tem como função a provisão de serviços, gestão operacional da BBC, elaboração da proposta política de programação, portanto, opera, por meio de um corpo de profissionais, os serviços prestados pela corporação, através das prioridades determinadas pelo *Trust* (STEVANIM, 2010, p.10). Há ainda outros mecanismos de assessoramento civis na gestão da BBC, entre eles estão Conselho de Audiência, o Comitê Central Religioso de Aconselhamento e o Comitê de Padrões Editoriais.

Além das diretorias que fazem parte da gestão, é importante ressaltar o órgão regulador *Office of Communications* (Ofcom), responsável não só pelo setor televisivo, mas também pelas telecomunicações e outros setores que envolvem esta área. Criado em 2003, esse órgão substituiu alguns que já existiam e eram responsáveis por áreas específicas.

Segundo D'arma (2013), as funções e deveres do Ofcom com relação a regulação da mídia são as seguintes: licenciamento de todas as emissoras de rádio e televisão bem como verificar o cumprimento das condições estabelecidas nas licenças; estabelecer os padrões dos programas de televisão e rádio sobre determinadas questões, monitorar se os radiodifusores estão cumprindo o código estabelecido pelo Ofcom e fazer a revisão do *public service broadcasting* pelo menos a cada cinco anos. Ainda conforme D'arma, ao Ofcom também foi dado poder de regulação sob a BBC. Portanto, atualmente as responsabilidades de regulação estão divididas entre a Ofcom e o BBC *Trust*.

[...] a Ofcom está no comando, simultaneamente com o BBC Trust, de fiscalizar o cumprimento da BBC com as obrigações relativas a cotas de produção independentes de televisão, bem como notícias e quotas de

assuntos públicos, a programação para as nações e regiões e cotas para produções originais (D'ARMA, 2013, p.182, tradução nossa) ⁸.

A Carta Real de 2006 determina que a programação da BBC deve ser de alta qualidade, inovadora, atrativa, original e desafiadora. Segundo Valente (2009c), baseando-se nessa orientação, a BBC montou um conjunto de veículos buscando equilibrar a disputa por audiência de massa com perfis generalistas e segmentando conteúdos considerados fundamentais, entre eles, notícias, programas educativos e veiculação das atividades do parlamento.

A rede BBC é composta por oito canais nacionais, sendo quatro principais: BBC1; BBC2, BBC3 e BBC4. O primeiro de caráter generalista possui versões próprias para a Escócia, País de Gales e Irlanda do Norte, privilegia em sua programação notícias, entretenimento factual, novelas, esportes e programas infantis. O segundo também tem caráter generalista, entretanto, com enfoque em notícias, comédia e uma dramaturgia de tipo inovadora. O BBC3 é voltado para o público juvenil, ofertando principalmente seriados, comédias e filmes. E o BBC4 possui caráter alternativo, voltado para o aspecto cultural alternativo, investe em filmes nacionais e internacionais, programas culturais, documentários, música e arte (cf. VALENTE, 2009c, p.246). Deve-se destacar também a existência de um canal destinado às crianças e um para a cobertura das atividades parlamentares. Desse modo, nota-se uma preocupação em veicular uma programação abrangente que atenda o país no seu todo.

A BBC tem como fonte principal de financiamento uma taxa anual paga por domicílio dos britânicos que possuem aparelho de televisão. Além desta taxa, seu orçamento também é composto pela “comercialização de programas e licenciamentos para diversos países, destinações do governo e a venda de espaços no canal BBC World” (ROCHA, 2006, p.54). De acordo com Otondo (2008), após a aprovação da Carta Real e de algumas medidas realizadas pelo Conselho, entre elas, ajustes negociados com o Ministério da Cultura de 3% de aumento anual nos dois primeiros anos, a partir de 2007, 2% nos três anos seguintes e entre 0% e 2% no último ano do acordo⁹, o preço anual de uma licença para TV em cores estaria em 2012-2013, por volta de £148-£151.50.

⁸ No original “Ofcom is in charge, concurrently with the BBC Trust, of monitoring BBC’s compliance with obligations relating to independent television production quotas, as well as news and public affairs quotas, programming for the nations and regions and quotas for original productions.” (D’ARMA, 2013, p. 182)

⁹ Pela primeira vez na história da BBC o reajuste da *licence fee* não acompanhava o índice da inflação

A missão da TV Pública britânica é sintetizada pela famosa tríade copiada pelas televisões mundo a fora: educar, informar e entreter. Sua visão é ser a melhor televisão pública do país e do mundo. Para isso precisa dotar-se de uma estrutura de meios adequados. Seu objetivo é produzir e oferecer os melhores programas em todos os gêneros possíveis e em todos os horários de sua grade de programação. E sua finalidade é servir a todas as audiências com qualidade e independência. Estes parâmetros definem o que é a BBC enquanto televisão no Inglaterra e se espelham no seu perfil jurídico-institucional (OTONDO, 2008, p.237-8).

A BBC permanece como uma emissora pública de forte identidade, proibindo a veiculação de propagandas em sua grade, oferecendo uma programação diversificada nos diferentes canais. Contudo, o domínio cada vez maior das novas tecnologias imprime um novo desafio que não se restringe somente na necessidade de elaborar uma programação que atenda a esta nova demanda, mas também buscar alternativas para sua renovação e sobrevivência diante este novo contexto.

Quadro 1: Características da BBC

BBC		
Estrutura do Sistema	Modelo de Financiamento	Modelo de Gestão
Oito Canais sendo os principais: BBC1; BBC2; BBC3; BBC4	Cobrança de Taxa anual	BBC Trust e Executive Board

Quadro elaborada pela autora

2.2.2. A televisão pública na Espanha

A radiodifusão na Espanha, diferentemente do que se observou em outros países da Europa, nasceu da iniciativa privada. O governo assumiu o controle dos meios de comunicação na Guerra Civil (1936-1939), ficando até o final do regime franquista em 1976. Segundo Bustamante (2006) neste período foi montado um aparato de comunicação pública a fim de atender aos interesses do regime ditatorial.

A televisão só se estabelece como uma atividade regular no país em 1956, por meio da criação da *Televisión Española* (TVE). De acordo com Valente (2009d), a década de sessenta marcou a expansão desse sistema, tanto na ampliação do sinal, como no incentivo no aumento do consumo de aparelhos de televisão. Em maio de 1957, a TVE estreou sua unidade móvel

transmitindo jogos sindicais e partidas de futebol, em setembro do mesmo ano a emissora passou a transmitir o *Telediario*.

No ano de 1960, a TVE ingressou na União Europeia de Radiodifusão, realizando em 1962 sua primeira conexão com uma televisão fora da Espanha, neste caso, a RTP de Portugal. Em 1964 há a elaboração do “*Plan Nacional de Televisión*”, responsável por instituir os objetivos a serem atingidos pela emissora nos próximos anos. Dois anos depois, mais precisamente, em 15 de novembro de 1966, ocorreu a inauguração de outro canal público espanhol o La 2, disponível somente para as cidades de Madrid e Barcelona.

Na década de setenta, ocorreu a *III Jornada Iberoamericana e Comunicaciones* via Satélite. A partir desse evento houve a criação da Organização de Televisão Ibero-americana (OTI), que exerceu um importante papel na estruturação das televisões ibero-americanas. No ano de 1973 ocorre a fusão entre a *Radio Nacional España* (RNE) e a *Televisión Española* (TVE) dando origem à RTVE, “*el ente público de Radiotelevisión Española*” (IBARRA, 2007, p.3).

Esse período também foi marcado pelo fim do regime ditatorial, com isso ocorreram diversas mudanças na televisão pública espanhola. Em 1974, por meio de um decreto, a direção geral da radiotelevisão foi reorganizada e a RTVE definida como um serviço público centralizado. O ano de 1975 foi marcado pela criação do *Instituto Oficial de Radio y Televisión*, no mesmo ano o serviço público centralizado da RTVE foi transformado em organismo autônomo.

A aprovação na década de oitenta do *Estatuto de La Radio y la Televisión*, foi de extrema relevância no contexto televisivo espanhol, visto que, se instituiu o “primeiro diploma legal voltado para a radiodifusão na Espanha” (VALENTE, 2009d, p.119). Este estatuto foi o responsável pela criação de três empresas públicas, ou seja, *Radio Nacional de España* (RNE), *Radio Cadena Española* (RCE) e *Televisión Española* (TVE).

El estatuto de la Radio y la Televisión tuvo que enfrentarse al reto de establecer un modelo para gestionar y financiar la mayor red de empresas públicas del momento, que también incluían los Coros y Orquesta de RTVE y el Instituto Oficial de Radio y Televisión (IBARRA, 2007, p.4).

Em 1983, foi aprovada a *Ley de Tercer Canal* (*Ley 46/1983*), com a qual se adaptava o sistema de televisão pública com o novo modelo de Estado¹⁰, acabando com o monopólio televisivo da RTVE. Portanto, rompia-se com o monopólio da administração central na prestação do serviço televisivo, permitindo a gestão por parte das comunidades autônomas

¹⁰ Não mais centrado em uma Ditadura Militar.

(cf. PÉREZ; SAURA, 2009) ¹¹. Nesta perspectiva, “*las televisiones autonómicas seguirán el modelo fijado en el Estatuto RTVE en lo que respecta a la organización del servicio público, así como también en cuanto al modelo de financiación mixta*” (PÉREZ; SAURA, 2009, p.43). Em novembro de 1988, ocorreu a criação da *Federación de Organismos o Entidades de Radio y Televisión Autonómicas* (FORTA), federação sem fins lucrativos que associa a organismos ou empresas públicas criadas pelas leis dos respectivos parlamentos autônomos para a gestão direta dos serviços públicos de Radiodifusão e televisão nas diferentes comunidades autônomas do Estado espanhol.¹²

Na década de noventa, se observa o constante crescimento das televisões privadas e a cabo, culminando no declínio da RTVE com uma significativa perda de audiência. Além disso, houve a aprovação da lei 35/1992, responsável por reformar a Lei de Ordenação das Telecomunicações, e ocorreu, três anos mais tarde, a aprovação da lei 37/1995, que permitia as telecomunicações por satélite, denominada de *Ley de Telecomunicaciones por satélite*. Essa “*es la primera vez en que la televisión deja de considerarse servicio público y supone una primera ampliación del campo de acción de las empresas privadas de televisión*” (PÉREZ; SAURA, 2009, p.44). Em outubro de 1998, o real Decreto 2169/1998 foi o responsável por aprovar o Plano Técnico Nacional de televisão Digital terrestre, reservando ao ente público TVE uma ampla oferta nos canais públicos nacionais.

Nos anos 2000 e 2001, durante o governo do Partido Popular, foram observadas algumas mudanças. Contudo, não proporcionaram transformações profundas no sistema de gestão, financiamento e programação da RTVE. A mudança ocorreu apenas em aspectos legais na definição de serviço público e seu controle econômico-financeiro, para atender as exigências da Comissão Europeia. Em 2001 é aprovada uma emenda a Lei 24/2001, responsável por modificar o Estatuto da Rádio e Televisão com relação aos Terceiros Canais, atendendo as exigências da Comissão Europeia a respeito do serviço público.

O governo de Rodríguez Zapatero em sua primeira legislatura implementou transformações substanciais ao serviço público de televisão. Na perspectiva de Bustamante e Lanas (2012), o governo de Zapatero assumiu uma política de pluralismo para o audiovisual.

El pluralismo institucionalizado es ciertamente la meta que informa la reforma del servicio público estatal, desde el nombramiento de un Consejo

¹¹ Em 1989 foi criada a *Federación Nacional de Organismos de Radio y Televisión Autonómicas* (Forta). “Constituída como associação civil sem fins lucrativos, a federação subsidia cotidianamente a atividade das emissoras e as representa nos debates nacionais acerca da radiodifusão pública.” (VALENTE, 2009, p.119).

¹² Mais informações disponíveis em <http://www.forta.es/> Acesso em: 20/01/2013

Independiente para la reforma en 2004, en pleno período preelectoral, hasta la promulgación de la Ley de Radio y Televisión Española de mayo de 2006 (BOE de 6 de Julio de 2006), y el slogan que presidió la nueva regulación privada (BUSTAMANTE; LANAS, 2012, p.61).

A reforma feita pelo governo, iniciada em 2004, foi realizada a partir de uma dura reestruturação imposta pelo Ministério da Fazenda e a *Sociedad Española de Participaciones Industriales* (SEPI), que privou o serviço público de sua criatividade e experiência, alegando que isso era necessário para sua sobrevivência (BUSTAMANTE, LANAS, 2012). A maioria dos pesquisadores entrevistados cita esse período como decisivo na história da RTVE. Segundo Albornoz (2013),¹³ no primeiro governo de Zapatero ocorre “ventos de mudança”, período em que há o estímulo de se pensar uma *Radiotelevisión Española* com uma vocação de serviço público, “que corte as amarras historicamente atadas ao poder político de turno”.

Somente em 2006, foi aprovada uma reforma profunda “*de la televisión pública estatal, en paralelo a la reestructuración del sector privado en el marco de implantación de la TDT*” (PÉREZ; SAURA, 2009, p.49). Ainda no ano de 2006 é criado um Plano de Saneamento e Futuro, o qual mais tarde resultou na *Ley de La Radio y Televisión de Titularidad Estatal* (17/2006),¹⁴ responsável por regular o serviço de radiodifusão de titularidade do Estado, estabelecendo o regime jurídico das entidades que às quais é confiada a prestação dos serviços públicos. “Ela transformou as emissoras na Corporação RTVE¹⁵, atualizando missão e objetivos e alinhando-as a uma nova concepção de gestão com base nos princípios da eficiência, eficácia e sustentabilidade” (VALENTE, 2009d, p.120).

La Ley 17/2006¹⁶, de la radio y televisión de titularidad estatal (LRTTE) establece (art.2.1) el objeto del servicio público como la producción, edición y difusión de un conjunto de canales con programaciones diversas y equilibradas e inspiradas en una serie de principios que configuran la línea editorial de la Corporación. Entre estos valores están la promoción del pluralismo, la participación y los demás valores constitucionales, garantizando el acceso a los grupos sociales y políticos significativos (ARIAS, 2012, p.140).

¹³ Em entrevista concedida à pesquisadora em março de 2013 (cf. ALBORNOZ, 2013, tradução nossa)

¹⁴ “*El fin de la presente ley es, por una parte, dotar a la radio y a la televisión de titularidad estatal de un régimen jurídico que garantice su independencia, neutralidad y objetividad y que establezca estructuras organizativas que les permita cumplir su tarea de servicio público con eficacia, calidad y reconocimiento público.*” (ESPAÑA, 2006)

¹⁵Constituída como uma sociedade mercantil de capital público, a Corporación RTVE “[...] *cuenta con dos filiales de capital íntegramente público para la gestión de la radio y la televisión, y puede constituir otras sociedades, éstas con opción a participación de empresas privadas, para actividades anexas.*” (PÉREZ; SAURA, 2009, p.51). Diante de um contexto de transformações a recém-criada corporação tem o desafio de atuar com uma verba do Estado reduzida, um mercado de televisão privada congestionado e também passa a ser a responsável pela migração do analógico para o digital. (SÁNCHEZ, 2006)

¹⁶ (ESPANHA, 2012).

A lei em questão propôs uma reforma substancial no regime jurídico aplicada à televisão de titularidade estatal na Espanha e com isso, esse novo regime garantiria pela primeira vez a independência do rádio e da televisão estatal do governo. Além disso, esta lei, em seu Art.4, prevê a instituição de um Mandato-marco da Corporação RTVE.

O primeiro Mandato-Marco da Corporação RTVE foi aprovado em 2007, criado no contexto de transformações tecnológicas, sociais e econômicas. O mesmo se constitui como uma ferramenta fundamental para a concretização do modelo de radiodifusão estatal, bem como para o cumprimento dos objetivos gerais da função de serviço público da Corporação. Entre as questões tratadas por este Mandato-marco estão: objetivos gerais da função de serviço público da Corporação RTVE; objetivos programáticos de serviço público; linhas estratégicas de conteúdos, emissão e produção, obrigações financeiras da corporação; inovação, investigação e desenvolvimento do Serviço Público da Corporação RTVE e relações institucionais¹⁷.

A partir de 2010, o avanço da RTVE, no qual se pretendia independência em relação aos governos, foi interrompido pelas várias medidas implementadas pelo governo subsequente. Primeiramente eliminou-se a publicidade causando uma perda de 419 milhões de euros, dinheiro que provinha justamente deste tipo de ação. Segundo Bustamante e Lanas (2012) não foi implementada uma alternativa para que essa verba, proveniente da publicidade, fosse compensada, colocando a RTVE em uma situação difícil em um contexto no qual estava ocorrendo diversos cortes nos setores públicos.

Durante su mandato, el Presidente Alberto Oliart alerto repetidas veces de una situación dramática de RTVE, que abocaba a la quiebra. Las cifras barajadas eran de 47,1 millones de euros de déficit en 2010 y de unos 50 millones de euros en 2011.

Además, las empresas de telecomunicaciones consiguieron un éxito inicial en su denuncia de las nuevas tasas ante Bruselas, cuya Comisión abrió expediente a España por disposiciones que podían ser incompatibles con la normativa europea. A la se espera de esa decisión, que podría derrumbar completamente su nuevo modelo financiero (unos 230 millones de euros de ingresos menos), RTVE tenía además que pagar la producción que reemplazaba los espacios publicitarios: casi 400.000 anuncios en 2009 y más de dos mil horas (121.664 minutos), con un presupuesto de gastos en retroceso (BUSTAMANTE; LANAS, 2012, p.73).

O sistema de financiamento aprovado pelo governo de Rodríguez Zapatero proibia a veiculação de publicidade, portanto, o aumento dos gastos juntamente com a diminuição dos

¹⁷ Mais detalhes de cada capítulo citado em: http://www.teledetodos.com/textos-rtve/item/73-mandato-marco-rtve-publica-boe_30062008pdf Acesso em: 20/01/2013

recursos colocava a RTVE em uma situação difícil. Essa circunstância gerou, no ano de 2012, um déficit de 113 milhões euros. Desse montante, 73,5 correspondia a gastos com a valorização dos imóveis da corporação e também ao pagamento de impostos (IVA). Muito se contestou sobre o pagamento desses impostos, já que outros operadores audiovisuais não pagam esta taxa. Além disso, os gastos com conteúdos também aumentaram devido ao seu maior consumo, entre eles estão a produção para a série Isabel, os programas especiais de natal e a compra dos direitos de filmes.¹⁸

Nesse contexto, vale recordar que esta não é a primeira vez que a RTVE atravessa um momento dramático em suas finanças devido ao seu modelo de financiamento, entretanto, é a primeira vez que essa situação se enquadra em um contexto de crise econômica sem precedentes, numa política de cortes para o setor público e um duvidoso interesse por parte do governo em apostar num serviço público que precede critérios de rentabilidade social a outros tipos de interesse espúrios (ROJAS, 2012).

A nova lei de financiamento da RTVE não proibia somente a publicidade, mas também o patrocínio de tevenda para o serviço público estatal, limitava sua competição com os setores privados, impossibilitando-a de concorrer com os conteúdos de grande valor comercial já que não poderia gastar mais do que 10% em eventos esportivos de interesse geral, bem como não poderia veicular mais de 52 estreias de filmes ao ano em horário nobre. Além disso, as concessões privadas deveriam colaborar no financiamento do serviço público com 3% de sua renda, as emissoras de TV a cabo com 1,5% e as operadoras de telecomunicações com 0,9% de sua renda (ROJAS, 2012). Contudo, as empresas privadas, bem como os operadores de telecomunicações, se mostraram contrários a essa decisão e entraram com recurso no Tribunal da União Europeia.¹⁹ De acordo com Rojas, “*parece un sinsentido y una irresponsabilidad que una empresa pública como RTVE pueda dejar sus previsiones económicas al albur de una setencia judicial y sin un modelo de financiación alternativo.*” (ROJAS, 2012, p.92).

A indefinição no modo de financiamento da RTVE, gerou graves consequências como as observadas acima, entre elas, aumento do déficit que acaba limitando os investimentos em novas produções. Além disso, a RTVE não possui um *canon*, o que dificulta ainda mais sua situação. Diante deste fato, deve ser realizado o delineamento de um financiamento

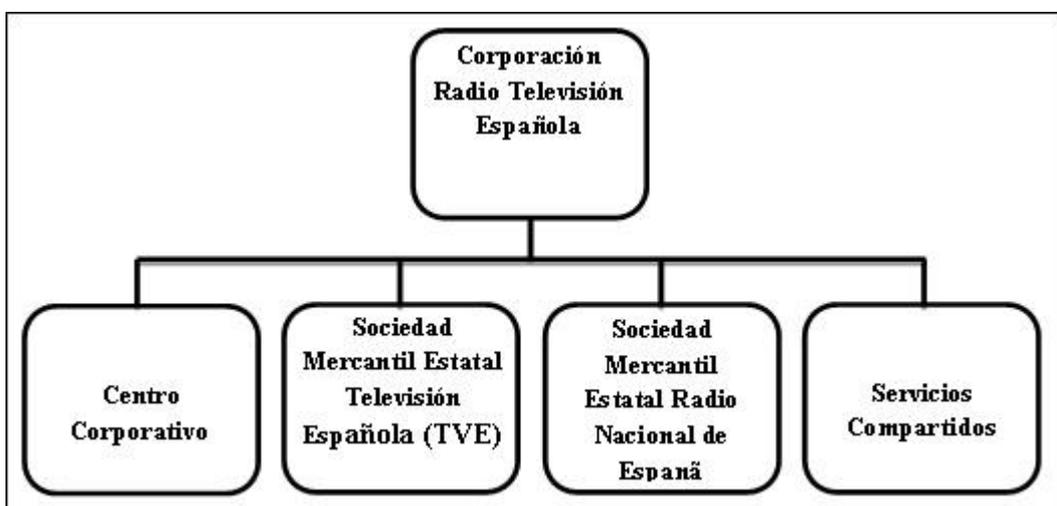
¹⁸ (GÓMEZ, 2013)

¹⁹ Alguns dos operadores privados não são obrigados a pagar a taxa da RTVE, entre eles está a Vodafone, com isso a televisão pública deixará de arrecadar aproximadamente 30 milhões eu euros.

alternativo, permitindo à RTVE, não só sua sustentação, nesse cenário cada vez mais difícil, mas também o investimento em programas que possibilitem o aumento de sua audiência.

A configuração da estrutura da RTVE também é um fator importante neste processo. A partir da Lei de Titularidade Estatal de 2006, o Ente Público de Radiotelevisão Espanhol se converteu em uma corporação de capital integralmente público, constituída por duas sociedades mercantis estatais, uma para televisão e outra para rádio (TVE e RNE), dois centros de gestão de serviços comuns e o centro corporativo e os serviços compartilhados, como se pode observar no organograma a seguir:

Quadro 2: Estrutura do grupo empresarial RTVE



(PÉREZ; SAURA, 2009, p.69)

A TVE é responsável por gerir todos os canais, a RNE é responsável por quatro estações de rádio de alcance espanhol, o centro corporativo é responsável pela direção geral estratégica do grupo e do planeamento económico financeiro geral e por último nos serviços compartilhados (no organograma descrito como *servicios compartidos*) são os serviços prestados em comum pelo rádio e televisão, que realizam negociações com agências de notícias, contratação de serviços externos, entre outros.

Em sua gestão, a Corporação RTVE possui três conselhos: o de administração, informativo e o assessor. O Conselho de administração é responsável em garantir que sejam cumpridos objetivos gerais da corporação, os princípios da programação e também assegurar a realização de uma boa administração. O conselho é escolhido pelo Congresso, que elege

oito conselheiros, e também pelo Senado, responsável por quatro conselheiros. Os mandatos são de seis anos e não podem ser renovados.

O real decreto 15/2012, publicado em abril desse mesmo ano, instituiu uma alteração no número de conselheiros. Assim, ao invés de doze membros, o conselho passa a ser constituído por nove²⁰. Portanto, observa-se a escolha de profissionais através de um alto consenso parlamentar, a duração do mandato evidencia o fato dos conselheiros não estarem vinculados a um governo específico, evitando a nomeação de acordo com o governo do momento.

De esta maneira se confia la administración y dirección ejecutiva a unos profesionales que deben reunir un alto consenso parlamentario y cuyo mandato se há desvinculado de la duración de la legislatura, de modo que un parlamento con unas determinadas mayorías puede “heredar” un Consejo y un Presidente que corresponden a otras mayorías parlamentarias anteriores (ARIAS, 2012, p.140-141).

De acordo com a Lei de 17/2006, os conselheiros devem possuir qualificação e experiência profissional suficientes para desenvolver suas funções. Assim, são habilitados para assumir o conselho aqueles que, com formação superior e conhecida competência, tenham desempenhado, durante um prazo inferior a cinco anos, funções de alta administração, alta direção, controle ou assessoramento, ou colocações parecidas em entidades públicas ou privadas ou de relevantes méritos no âmbito da comunicação, experiência profissional, docente ou investigadora (ESPANHA, 2006).

O Conselho Assessor é definido pela lei 17/2006 como o órgão da participação da sociedade na Corporação RTVE, suas competências são assessorar o Conselho de Administração e informar sobre os critérios e normas para exercer o direito de acesso e os contratos programas propostos (ARIAS, 2012). O conselho é composto por quinze membros: três conselheiros indicados pelo Conselho Econômico Social, dois pelo Conselho de Consumidores e Usuários, um pelo Ministério de Assuntos Exteriores, um pelo Conselho da Juventude da Espanha, um pelo Instituto da Mulher, um pelas entidades representativas das pessoas com deficiência, um conselheiro pelo Conselho Geral da Emigração, um pela Academia das Artes e das Ciências televisivas, um conselheiro pela Academia das Artes Cinematográficas, um conselheiro designado pelo Conselho de Coordenação Universitária que seja especialista em matérias de Ciências Sociais e Comunicação, um conselheiro

²⁰ “De este modo, se eliminan tres de los miembros cuya designación corresponde al Congreso de los Diputados, siendo dos de ellos los elegidos a propuesta de los sindicatos más representativos a nivel estatal con implantación en la Corporación.” (ESPAÑA, 2012)

designado pelas entidades representativas dos anunciantes e, finalmente, um conselheiro indicado pelas entidades representativas dos jornalistas em âmbito estatal. Na perspectiva de Ariás (2012) a composição do Conselho Assessor:

Responde a un modelo corporativo (salvando las distancias semejante a los consejos de radiodifusión alemanes) con un predominio de consejeros institucionales (...) y profesionales. En el caso de que se profesionalizara más el Consejo de Administración, el Consejo Assessor debiera de ganar competencias con la capacidad de fijar algunas directrices generales al Consejo de Administración y sin descartar algún proceso de elección directa de sus miembros (ARÍAS, 2012, p.142).

Os Conselhos Informativos são órgãos internos de participação dos profissionais da informação da Corporação RTVE que têm como objetivo zelar pela independência da Corporação bem como pela objetividade e veracidade dos conteúdos informativos difundidos pelas sociedades prestadoras de serviço público correspondente (ESPANHA, 2006). De acordo com o artigo 24 da Lei 17/2006 são funções deste Conselho:

a) velar por la independencia de los profesionales de la información ante la dirección de cada sociedad; b) Promover la independencia editorial de la Corporación RTVE, de acuerdo con lo previsto en la legislación general audiovisual y en esta ley en lo referido a sus funciones de servicio público; c) Informar sobre la línea editorial y la programación informativa, así como participar en la elaboración de los libros de estilo; d) Informar con carácter no vinculante las propuestas de nombramiento de los directores de los servicios informativos de las sociedades de Corporación RTVE prestadoras del servicio público de radio y televisión (ESPANHA, 2006).

Ao destacar a formação dos Conselhos Informativos, deve-se ressaltar que o mesmo não foi o único conselho instituído ao longo dos anos para preservar a RTVE das influências e manipulação governamental. Em 2004, nasceu o denominado “*Consejo Provisional de Informativos*” (CPI), este último foi precedido pelo “*Comité contra la Manipulación Informativa en TVE*”. O primeiro tinha em sua composição profissionais da informação, os quais, no período de um ano, elaboraram trinta e seis informes nos quais tratavam diversos assuntos, sobretudo, denunciavam a manipulação da informação existente na TVE. Nesse cenário, a configuração de um Conselho se mostrou realmente necessária, principalmente para garantir a independência editorial da RTVE.

La necesidad de los Consejos de Informativos, como defendían principalmente el sindicato CC.OO. en RTVE, el CPI y antes del Comité Antimanipulación, se hacía evidente: una necesidad no solo para los profesionales de RTVE sino para garantizar a la ciudadanía una información de calidad alejada de intereses espúrios (ZABALZA; PATTERSON, 2012, p.105).

A existência de um Conselho como esse permite à Corporação RTVE alcançar credibilidade, visto que contribui para a proteção de manipulação de notícias, algo já observado em outros momentos da história da RTVE. Daí a sua necessidade, garantindo a pluralidade de informações bem como a sua confiabilidade, o que a permite cada vez mais conquistar a confiança de uma audiência e manter o seus índices audiência por meio de uma programação com conteúdos dignos de um serviço público de televisão.

Embora exista o Conselho Informativo, o Conselho Europeu²¹, alerta para a existência de ingerências governamentais na RTVE e em outras corporações públicas de outros países europeus²². De acordo com o Conselho Informativo, a denúncia feita pelo organismo da União Europeia só confirma o que eles denunciam há muito tempo, ressaltando que atitudes devem ser tomadas para colocar fim a esta que é uma realidade não só na televisão espanhola.

“Los órganos de dirección de la empresa deben prestar mayor atención a la función de estos organismos para ejercer un auténtico control de calidad en sus contenidos informativos”, señalan los profesionales de TVE. “Sólo con una voluntad constructiva por parte de todos será posible mantener y consolidar el prestigio y la credibilidad que RTVE se merece y atender los requerimientos y las obligaciones de servicio público que también la Asamblea del Consejo de Europa reclama para todos los ciudadanos” (GÓMEZ, 2013).

Apesar de existirem vários Conselhos na gestão da Corporação RTVE, a Espanha não possui um órgão ou uma autoridade audiovisual específica para a regulação, contudo há diversas entidades envolvidas nas diferentes áreas que afetam a mídia espanhola, entre elas a competição do mercado, conteúdo e indústrias culturais, propriedade intelectual, licenças de televisão, serviço público de televisão, redes e serviços de telecomunicações e outros serviços digitais.

Concorrência no mercado, telecomunicações, propriedade intelectual e a regulação dos serviços digitais são realizados basicamente sob a autoridade do Estado, diretamente atribuído às instituições parlamentares e governamentais, de autoridades ou agências independentes. O Estado e as regiões compartilham a responsabilidade em áreas relacionadas com o conteúdo e as indústrias culturais, licenciamento de radiodifusão e regulação do audiovisual, especialmente o serviço público de radiodifusão (JIMÉNEZ; SAURA, 2013, p.147, tradução nossa).²³

²¹ Organismo formado por 47 países cujo objetivo é promover os princípios democráticos.

²² DONCEL, L. “El Consejo de Europa preocupado por las injerencias políticas en RTVE”, El País 30/01/2013. Disponível em: < http://sociedad.elpais.com/sociedad/2013/01/29/actualidad/1359491498_883641.html > Acesso em: 01/02/2013

²³ Do original “Market competition, telecommunications, intellectuall property and most digital services regulation is basically under the authority of the State, directly attributed to parliamentary and governmental

Ainda de acordo com Jiménez e Saura, o controle do serviço público de radiodifusão é atribuído a uma comissão parlamentar: a “*Comisión Mixta de Control Parlamentario de La Corporación RTVE y sus Sociedades*” (JIMÉNEZ; SAURA, 2013, p. 150), composta por membros do Congresso e do Senado e cuja atividade está baseada em sessões periódicas nas quais os membros apresentam questões oralmente ao presidente ou outros representantes da Corporação RTVE.

No quesito programação, de acordo com a Lei 17/2006 e do Mandato-marco, a programação da Corporação RTVE deve: fomentar o pluralismo, o debate democrático, o espírito crítico e a participação dos cidadãos; defender e difundir valores constitucionais; contribuir para a estruturação e identidade da Espanha como país, assumindo a existência de diversas nacionalidades e regiões com conteúdos territorializados; ser independente e neutra de qualquer posição ideológica; ser plural, dando e abrindo espaço a todas as opções e opiniões; ser imparcial com informação equilibrada, evidenciando claramente a distinção entre informação e opinião; ser rigorosa com seu conteúdo, não discriminar, respeitar os princípios éticos, entre outros. Na mesma perspectiva de Arias (2012), são estes critérios que devem estar presentes em uma programação de qualidade, constituindo-se como um verdadeiro serviço público.

A programação oferecida na plataforma digital é composta por seis canais temáticos, que abrangem do jornalismo ao documentário, além de dois canais generalistas de TV, ou seja, *La Primera* e *La 2*. Entre os canais temáticos estão: *Canal Noticias 24h*, *Teledporte*, *Canal Clásico*, *Clan*, *Parlamento* e *DocuTV*; e, finalmente, dois canais internacionais *TVE Europa/Ásia/África* e *TVE América*.

Os dois canais generalistas *La primera* e *La 2* dão ênfase à informação, entretenimento e ficção, sendo que o conteúdo do primeiro está mais próximo do produzido pelas emissoras comerciais (VALENTE, 2009d) e o *La 2* possui conteúdos mais culturais, informativos e educativos.

Entre os canais temáticos, o *Canal Noticias 24h* é especializado em notícias, constituindo-se como o primeiro no sistema público especializado neste gênero; o *Teledporte* possui uma programação especializada em conteúdos esportivos; *Canal Clásico* é voltado para a música e cultura erudita, transmitindo em sua programação concertos e shows; *Clan* é

institutions, or to independent authorities or agencies. The State and the regions share the responsibility in areas related to content and cultural industries, broadcasting licensing and other audiovisual media regulations, especially public service broadcasting” (JIMÉNEZ; SAURA, 2013, p. 147)

um canal que está voltado para o público infantil; *Parlamento* transmite conteúdo direcionado para a cobertura dos assuntos discutidos no parlamento; e, finalmente, o *DocuTV* especializado em grandes documentários separados por temas, entre os quais estão atualidades, viagens, ciência e tecnologia, cultura, sociedade, história, entre outros. Os canais internacionais transmitem o melhor da programação da RTVE.

Segundo o informe “*Estudio Imagen TVE 2012*” elaborado pelo Grupo Kantar em 2012, *La primera* é avaliada por seus telespectadores como a televisão de melhor qualidade e de programação mais respeitosa para toda família. Este informe foi realizado através de 1000 entrevistas telefônicas feitas por todo território espanhol. 22% dos entrevistados assinalaram *La primera* como o canal de maior qualidade, 34% o classificam como o que possui uma programação mais voltada para a família, 29% dos entrevistados elegeram *La primera* como o seu canal preferido para informação, e quando se trata de assuntos de interesse geral, 34% dos entrevistados, disseram procurar *La primera* para se informar sobre os acontecimentos cotidianos e mundiais. Além disso, 38% dos participantes da pesquisa citaram *La primera* como o canal que possui os informativos mais completos, para 32%, *La primera* é o canal que conta com os melhores profissionais em seus informativos, 53% defendem que neste canal estão presentes os melhores profissionais, entre eles técnicos e correspondentes. E 27% a situam como a rede que possui a maior diversidade de pontos de vista, abrindo espaço para todos os representantes de todas as opções políticas.

Quando se trata do canal com a programação mais completa sobre conteúdos de divulgação científica e oferta cultural, 55% dos entrevistados citam *La 2*, enquanto 44% dos entrevistados assinalaram que as séries de melhor qualidade estão no *La primera*. Quando o assunto é esporte, para 11% dos entrevistados, este canal temático aparece como aquele que dá maior atenção aos esportes, enquanto *La primera*, para 20% dos entrevistados, aparece como o canal que dá maior atenção aos acontecimentos esportivos. Ainda de acordo com a pesquisa, o canal *Clan* foi destacado por 32% dos entrevistados como o canal que possui a melhor programação infantil, estando a 17 pontos do segundo lugar. Além disso, as casas que contam com menores de 14 anos, destacaram o *Clan* como o que inspira maior confiança para os menores assistirem sem o acompanhamento dos pais. Para os 19% dos telespectadores, *La primera* é o canal que oferece uma programação que pode ser vistas pelas crianças sem maiores preocupações, 16% ressaltaram o *Clan* e 10% *La 2*, como os canais que oferecem este tipo de programação.

A pesquisa acima citada revela a importância da RTVE no contexto espanhol. Como ressaltaram todos os pesquisadores entrevistados,²⁴ a televisão pública na Espanha continua, apesar do contexto de crise e quedas na audiência, sendo referência para a maioria dos espanhóis. Apesar dos alertas do Conselho da Europa sobre uma possível interferência do governo, a RTVE e seus canais se constituem referência de qualidade.

Quadro 3: Características da RTVE

RTVE		
Estrutura do Sistema	Modelo de Financiamento	Modelo de Gestão
Oito canais sendo os principais: La 1; La 2; Canal 24h, Teledeporte e Clan	Recursos Públicos com a proibição de veiculação de publicidade	Conselho Assessor, Conselho Informativo; Conselho de Administração

Quadro elaborado pela autora

2.2.3. A televisão pública em Portugal

A televisão portuguesa surge no momento do regime político autoritário de Antonio Oliveira Salazar, que governou de 1932 a 1968 quando foi substituído por Marcello Caetano. A ditadura em Portugal começa em 1933 e termina em 1974, ano da Revolução dos Cravos responsável pela queda do regime.

O ano de 1953 foi marcado pelo desenvolvimento dos primeiros estudos para a implantação de uma estação de televisão em Portugal, o Grupo de Estudos de Televisão se forma neste contexto. Em 1955 é criado o decreto-lei que tratava da concessão da instalação e exploração do serviço público de radiodifusão, na modalidade televisão (ROCHA, 2006). Surgiu, portanto, a Rádio Televisão Portuguesa (RTP), primeira emissora portuguesa, constituída pela união das empresas Radiotelevisão Portuguesa, que era responsável pela

²⁴ Professor Dr. Ángel Badillo (Universidade de Salamanca), Prof Dr. Luis A. Albornoz (Universidade Carlos III de Madrid), Prof Dr. Carmen Caffarrel (Universidade Rey Juan Carlos), Maria Isabel Fernández Alonso (Universidade Autònoma de Barcelona) e María Lamuedra Graván (Universidade de Sevilla)

operação das emissoras de TV e a Rádio Difusão Portuguesa, controladora dos serviços de rádio.

O projeto Dec-Lei de 1955 para a criação da RTP continha cláusulas sobre a suspensão do serviço pelo governo e sobre a eventual substituição da empresa concessionária, sempre que isso fosse do interesse nacional. O então ministro da presidência, Marcello Caetano, liderou todo o processo de estruturação e fundação da nova empresa de teledifusão com entusiasmo pessoal, desde as regras de concessão às questões mais técnicas (SANTOS; SOUSA, 2003, p.2).

A Rádio Televisão Portuguesa (RTP) iniciou suas atividades com um capital mínimo obrigatório de 60 milhões de escudos, divididos entre Estado, emissoras de radiodifusão e o público. Assim, a RTP seria a única emissora pública de televisão, com a fiscalização de suas atividades a cargo do governo (AZEVEDO; VALENTE, 2009).

No ano de 1956, foi realizada a primeira transmissão de um programa de televisão em Portugal, na cidade de Porto. No ano seguinte, a RTP deu início às suas transmissões regulares, marcando oficialmente o lançamento da televisão portuguesa. Entre o período de 1957 e 1975. Segundo Lima (2005), a RTP foi desenhada a partir dos interesses de Caetano. Desse modo, havia a mistura de uma programação mais aberta com informação mais controlada e direcionada a determinados objetivos (SANTOS; SOUSA, 2003).

Nos primeiros anos da década de 1970, o objetivo de orientar a opinião pública ainda era mantido. De acordo com Santos e Sousa (2003), embora tenha ocorrido uma mudança no estilo e na postura de quem exercia o poder na RTP²⁵, o esforço de vários profissionais para alterar a forma como os portugueses se viam e a integração da empresa em organismos internacionais de televisão deixavam-na mais suscetível a influências renovadoras.

A validade de tal postulação não ilude, porém o essencial: a televisão estatal portuguesa foi criada e consolidada sob pressupostos de apertado controle e sem interesse visível pela opinião do público. Este quadro – tanto de acção como de estrutura ideológica – permaneceu, no essencial, imutável até o fim do Estado Novo, como é visível nas palavras do deputado Manuel José Homem de Mello, durante um debate na Assembleia Nacional, em finais de 1972: “acresce que se trata de um meio de comunicação por tal forma poderoso e sedutor que o Estado tem o dever de zelar pela respectiva utilização, evitando que possa ser colocado ao alcance de hábeis manipuladores de opinião pública – insuficientemente preparada para se defender da forma mais lúcida e conveniente” (SANTOS; SOUZA, 2003, p.6).

A queda do regime ditatorial em 1974 não promoveu uma mudança substancial no modo como os governantes enxergavam a televisão. Ela ainda era vista como um objeto de

²⁵Que nesse momento era exercido por Ramiro Valadão.

propriedade privada, e como tal, foi deixada à margem qualquer discussão sobre o seu papel como um Serviço Público de Televisão. Desse modo, mesmo estando uma nova força política no poder, a RTP continuou no controle do governo.

A década de 1990 foi marcada pelo grande impacto causado pela abertura do setor aos operadores privados. Pela primeira vez, em Portugal não existiria somente a televisão pública. Nesta mesma década foi aprovada a Lei da Televisão, prevendo a existência de operadores privados, entre eles a Sociedade Independente de Comunicação (SIC) e a Televisão Independente (TVI). Com um mercado de televisão inflacionado pelo surgimento de novos operadores e com o fim do pagamento da taxa anual, a RTP viveu uma experiência de crise. Ademais, a disputa pela audiência entre estes canais fez com que o monopólio da RTP chegasse ao fim.

Por um lado, a chegada de novas emissoras vai esquentar o mercado televisivo português, por outro lado, os novos canais não vão garantir a independência da RTP. Pelo contrário, houve uma maior espetacularização da informação. Agora, tudo era em nome da audiência (ROCHA, 2006, p.130).

No ano de 1998 foi aprovada, no governo de António Guterres, uma nova Lei da Televisão²⁶, contudo a situação de crise que estava vivendo a RTP não foi mudada. Em 2002, a crise enfrentada pelo grupo é acentuada, transformando-se em uma crise de identidade que afetava sua organização e estratégia. Entre os seus maiores problemas estavam:

a indefinição quanto à missão dos operadores públicos de rádio e televisão no panorama audiovisual; inexistência de orientações quanto ao posicionamento a adotar e de objetivos empresariais concretos (AZEVEDO; VALENTE, 2009, p.215).

A isso somava a situação financeira problemática enfrentada pela emissora, que tinha dívidas acumuladas desde a década de 1990. Segundo Azevedo e Valente (2009), a solução para esta problemática foi uma reforma realizada em 2004, que resultou na junção de dois entes de radiodifusão pública já existentes no país, a RDP e a RTP, numa nova corporação denominada de Rádio e Televisão de Portugal, que manteve a sigla RTP.

²⁶ “A Lei da Televisão tem como objetivo regular o acesso à atividade de televisão e o seu exercício em todo território nacional. A lei ainda conceitua o que é televisão (organização de serviços de programas sob a forma de imagens); operador de televisão (pessoa coletiva legalmente habilitada para o exercício da atividade televisiva); Serviço de programas televisivo (conjunto de elementos da programação fornecido por um operador); autopromoção (publicidade difundida pelo operador de televisão relativo aos seus próprios produtos, serviços, serviços de programas televisivos e programas) e televenda (difusão de ofertas diretas ao público, tendo como objetivo o fornecimento de produtos ou a prestação de serviços mediante remuneração)” (ROCHA, 2006, p.137).

A estrutura da Rádio Televisão Portuguesa foi redefinida pela Lei n.º8/2007, que também regulamentou o modelo de gerenciamento da empresa por meio de três tipologias de participação: 1) órgãos sociais, constituídos por assembleia geral, conselho de administração e um fiscal único; 2) conselho de opinião, composto por 29 membros; e 3) os provedores do ouvinte e do telespectador (AZEVEDO; VALENTE, 2009).

A Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC) é o órgão responsável pela regulação da comunicação no Estado português. Esta é uma entidade legal com autonomia financeira e econômica, criada por lei e responsável por regular o conteúdo da mídia, especificamente na televisão, rádio e imprensa. Segundo Lameiras e Sousa (2013) é o único órgão regulador com proteção constitucional²⁷.

O fato do órgão regulador estar consagrado na Constituição da República Portuguesa é um extraordinário exemplo da importância dada à regulação da mídia. Da mesma forma significativa é a criação do CEI como uma entidade administrativa independente e financeiramente autônoma (LAMEIRAS; SOUSA, 2013, p.140, tradução nossa)²⁸.

O financiamento da RTP provém de um modelo misto baseado em três tipos de receita: uma taxa paga pelo cidadão; recursos orçamentários estatais pelo cumprimento do serviço público; e verbas vindas da captação comercial por meio da publicidade e venda de produtos. O referido modelo foi elaborado com o intuito de restituir as finanças do grupo diante da profunda crise que se estendeu por um longo período.

O sistema de televisão portuguesa opera com sete canais de televisão: *RTP 1*, *RTP 2*, *RTP África*, *RTP Açores*, *RTP Madeira*, *RTP N*, *RTP Memória* e *RTP Internacional* e ainda sete estações de rádio.

As *RTP 1*, *RTP 2* e *RTP N* são veiculadas em Portugal e nas Ilhas de Açores e da Madeira. A *RTP Açores* e *RTP Madeira* são emitidas exclusivamente em seus arquipélagos. A *RTP África* se destina a todos os países lusófonos do continente, enquanto que a *RTP 1* é distribuída por meio de satélites a todo mundo.

A sua programação está mais centrada na diversidade de eixos culturais locais. Assim como a maioria das emissoras públicas europeias, ela mantém um canal generalista a *RTP 1* e a *RTP 2* com uma programação mais voltada aos aspectos culturais, nesta investe-se em

²⁷ Art.39 sobre a regulação da mídia, da Constituição da República portuguesa.

²⁸ Do original “*The fact that the state media regulatory body is enshrined in the Constitution of the Portuguese Republic is an extraordinary example of the importance given to media regulation. Similarly significant is the establishment of the ERC as an independent administrative entity financially autonomous*” (LAMEIRAS; SOUSA, 2013, p.140)

programas voltados para juventude, que de acordo com Azevedo e Valente (2009) é um público constante na preocupação dos gestores das emissoras públicas.

A *RTP África* tem sua programação disponibilizada por satélite e por cabo aos países africanos de língua portuguesa. Sua grade é baseada em diversos níveis informativos, culturais, de entretenimento e produção de documentários. Tanto a *RTP Açores* como a *RTP Madeira* possuem uma programação voltada para o aspecto regional, questões culturais e econômicas de suas respectivas ilhas. A *RTP N* se destaca pelo conteúdo informativo, “valorizando os debates regionais, e convidando pessoas de renome, porém não midiáticos, para discutir questões pertinentes em sua programação” (AZEVEDO; VALENTE, 2009, p.228). O *RTP Memória* resgata a memória da televisão portuguesa através da exibição de programas antigos.

O canal internacional *RTP I*, segundo Azevedo e Valente (2009), pretende ser o aglutinador da força da língua portuguesa e devido a este fato, conquistou o espaço nos diversos países do globo. Possui uma programação diversificada com a expressão da identidade do *RTP 1* e *2* bem como as dos canais regionais. Além disso, ele também retransmite a programação dos canais privados *SIC* e *TVI*.

A análise da história da RTP demonstra que a mesma, por muitos anos, foi utilizada de acordo com os interesses do governo, fosse ele militar ou não. Desse modo, os cidadãos não exerciam nenhuma influência sobre sua televisão, distanciando-os da mesma. Entretanto, a partir dos anos 2000 e de um novo governo, nota-se a tentativa de estabelecer uma nova relação dos cidadãos com sua televisão pública.

Quadro 4: Características da RTP

RTP		
Estrutura do Sistema	Modelo de Financiamento	Modelo de Gestão
Sete canais de televisão: RTP 1, RTP 2, RTP África, RTP Açores, RTP Madeira, RTP N, RTP Memória e RTP Internacional e ainda sete estações de rádio.	Taxa paga pelo cidadão; Recursos orçamentários estatais; publicidade e venda de produtos	Órgãos sociais; Conselho de opinião; Provedores do ouvinte e do telespectador.

Quadro elaborado pela autora

2.3. O continente Americano e a tradição em televisão pública

2.3.1. A Televisão Pública nos Estados Unidos

O princípio das transmissões tanto radiofônicas, regulamentadas pelo *Radio Act of 1927*, quanto televisivas, incluídas no *Communications Act of 1934*, evidencia que os Estados Unidos adotaram um modelo destinado ao empreendimento privado de comunicações. Cabia ao Estado o papel de outorgar licenças, organizando o acesso ao espectro radiofônico de acordo com o interesse público (SILVEIRA, 2002).

A diminuição de programas de menor apelo popular, devido à busca pela audiência e consequentemente o aumento nas verbas de publicidade, levou Newton Minow, então presidente da *Federal Communications Commission* (FCC), a proferir um discurso condenando a televisão americana e cobrando da mesma o comprometimento com o interesse público para que as licenças fossem concedidas. Este cenário de discussões levou o Estado americano a montar uma estrutura e reservar recursos para promover uma rede pública de televisão.

A FCC foi criada em 1934 por meio do *Federal Communication Act*, uma agência reguladora independente, que responde diretamente ao Congresso Nacional. Formada por cinco comissões, com dirigentes apontados pelo presidente dos EUA e confirmados pelo Senado, de acordo com as proporções partidárias, tem autoridade para regular telefonia, radiodifusão, além de supervisionar as emissoras não estatais.

Segundo Jambeiro (2011), com relação à radiodifusão, a FCC sempre tendeu a proteger os incumbentes, através da aplicação de uma legislação que diminuísse o caos técnico e regulasse a escassez do espectro magnético. Este último é considerado um bem público e finito. Desta forma, os Estados Unidos utilizaram o chamado *trusteeship model*, no qual os radiodifusores são fiduciário do público, sob controle governamental.

O trusteeship model aplicava a ideia de que as licenças concedidas aos *broadcasters* deveriam basear-se no interesse público, sua conveniência e necessidade. Isso se expressava na regulação de conteúdo, a exemplo da obrigação de programações educacionais e culturais, ou no suporte a TVs públicas, a exemplo da PBS (JAMBEIRO, 2011, p.7).

Este cenário de discussões levou o Estado americano a montar uma estrutura e reservar recursos para promover uma rede pública de televisão. As sucessivas ações do governo mobilizaram algumas fundações, entre elas a Fundação Ford e a Carnegie, as quais

investiam em projetos que envolviam educação, chamando atenção para a importância de se construir um modelo de comunicação alternativo ao comercial já existente.

Assim, no ano de 1965 a Fundação Carnegie, por meio de sua Comissão sobre televisão educacional, publicou o *Public television: a program for action*, documento que foi considerado como um marco para a rede de televisão pública americana, “definindo seu modelo de organização e funcionamento, seus princípios e objetivos, sugerindo, entre outras coisas, a criação de uma corporação, para implementação do projeto” (SILVEIRA, 2002, s.p.).

A expressiva repercussão do relatório levou o Congresso americano a aprovar o *Public Broadcasting Act of 1967*, lei responsável por criar a *Corporation for Public Broadcasting* (CPB). Segundo Silva (2009), esta corporação tinha o formato de agência com autonomia administrativa. Ademais, de acordo com a mesma lei, a CPB não estava autorizada a operar a televisão pública diretamente. Destarte, no ano de 1969 foi criada a *Public Broadcasting Service* que aglutinava as estações de TV, e no ano de 1970 foi criada a *National Public Radio* (NPR), responsável por reunir as estações de rádio.

Tanto PBS como a NPR são organizações não comerciais cujo objetivo principal é distribuir conteúdo televisivo e radiofônico, respectivamente, em nível nacional. Essas duas organizações não estão subordinadas à CPB. De modo prático, ambas funcionam como redes para a interconexão entre estações locais, embora não sejam necessariamente canais com programação própria. É importante também ressaltar que as estações locais não estão subordinadas à NPR ou à PBS: na verdade, são estações locais que constituem e comandam a PBS e a NPR (SILVA, 2009, p.140).

Na perspectiva de Silveira (2002), a criação da PBS representou não somente uma resposta americana à crítica da mediocridade do conteúdo da televisão comercial, mas também uma resposta ao modelo de televisão europeu, no qual a televisão sempre se colocou como serviço do público.

O sistema de televisão pública nos Estados Unidos é formado por emissoras locais e organizações nacionais, composto aproximadamente por 860 estações locais de rádio, 360 estações locais de TV e 35 organizações voltadas para a distribuição, promoção ou financiamento da radiodifusão pública (SILVA, 2009).

O conselho diretor é a principal instância responsável por definir as diretrizes e políticas gerais da PBS. Composto por 27 membros, divididos da seguinte forma: 14 representantes das estações membros, 12 do público geral e o presidente geral da PBS, encarregado de gerenciar as atividades executivas da corporação. Além disso, há os diretores

gerais, composto por 12 representantes da sociedade civil, eleitos pelo conselho diretor, que também indicam dois nomes entre eles para ocupar a vice-presidência do órgão.

Os recursos que sustentam o sistema público norte-americano provêm de várias fontes, entre elas estão: fundo governamental, cuja gerência é feita pela CPB; doações de fundações civis, cidadãos e empresas privadas; e a comercialização de conteúdo entre os membros ou emissoras de outros países. Como as receitas provenientes do governo podem sofrer alterações, três ou quatro vezes ao ano as emissoras integrantes do sistema promovem campanhas de arrecadação de fundos junto aos seus telespectadores (CARRATO, 2005).

Silva (2009) ainda destaca outras estratégias utilizadas pelas organizações do sistema, entre as quais:

- a) Maior atuação das organizações do sistema em estratégias de marketing em torno da marca “PBS” (enquanto produto de qualidade de mercado de comunicação);
- b) Parcerias com empresas de comunicação (incluído empresas privadas como a AOL);
- c) Criação do selo PBS para produção de DVDs;
- d) Vendas de licenças para usos de produtos e de espaço em seu website (SILVA, 2009, p.151).

A PBS não é uma produtora de programas e tão pouco é a responsável por encomendá-los para as emissoras que a integram. Sua função reside em aprovar ou rejeitar os programas e séries que lhes são oferecidos levando em conta os critérios que devem pautar uma programação educativa e cultural (CARRATO, 2005). Devido à independência existente entre as emissoras, cada uma possui uma grade de programação diferente, dando ênfase a determinados tipos de conteúdos. Portanto, cada estação de TV possui uma grade específica, visto que suas programações são uma combinação entre o conteúdo próprio, o recebido da PBS e também os adquiridos de produtores independentes americanos ou de outras organizações estrangeiras.

Como a decisão final está nas mãos das estações locais, há programações bastante distintas entre as emissoras. Enquanto uma estação se preocupa em montar sua programação buscando a diversidade de temas e formatos, outra pode ter uma programação pouco variada e colocar todo o foco em um tema específico. Isso depende da grade de conteúdo que cada uma dessas estações montou com base no que está disponível na rede (SILVA, 2009, p.154).

A independência entre uma emissora pública e outra deve ser ressaltada, visto que as mesmas tem autonomia para oferecer a programação desejada, não estão restritas à PBS, podendo até mesmo, comprar programação de outras emissoras. Neste sentido, Silva (2009) destaca que a programação consegue captar uma audiência diversificada nos quesitos étnicos

e raciais, reforçando o princípio de pluralidade necessário a um serviço público de comunicação e refletindo a diversidade no conjunto de seus telespectadores, sem focar somente em um determinado segmento da população.

Quadro 5: Características da PBS

PBS		
Estrutura do Sistema	Modelo de Financiamento	Modelo de Gestão
Emissoras Locais e Organizações nacionais	Fundo Governamental; Doações de fundações civis, cidadãos e empresas privadas; comercialização de conteúdo entre os membros ou emissoras de outros países	Conselho Diretor

Quadro elaborado pela autora

2.3.2. A Televisão pública no Chile

A Televisão Nacional do Chile começou a ser delineada no ano de 1968, seu objetivo era promover a construção de uma rede nacional de difusão para que o seu sinal fosse levado a todos os cantos do país. Neste momento, somente a *Universidad de Chile*, a *Pontificia Universidad Católica de Chile* e a *Pontificia Universidad Católica de Valparaíso*, com financiamento público total ou parcial, tinham a autorização para operar sinais de televisão, sendo que o *Canal 13*, pertencente à *Pontificia Universidad Católica de Chile*, possuía a maior audiência.

Segundo Otondo (2008) acreditava-se que as universidades teriam mais competência para oferecer cultura e conhecimento de forma plural e isenta, possibilitando também o debate de ideias necessário para formar e informar os telespectadores.

Em 1970, foi promulgada a Lei 17.377, que estabeleceu o primeiro marco jurídico da televisão chilena, criando a TVN como uma empresa de direito público de propriedade do Estado. No ano de 1973, ocorreu o golpe militar no Chile, os militares passaram a controlar os meios de comunicação e a TVN, recém-criada, foi utilizada como porta-voz do governo militar. Contudo, o *Canal 13* conseguiu preservar certa autonomia e credibilidade, mantendo-se como líder de audiência.

[...] La condición de universidad de Iglesia de la Universidad Católica (UC) y la presencia de economistas cercanos a ella en puestos de gobierno, permitieron que Canal 13, su canal conservara un mayor grado de autonomía dentro del marco permitido por la dictadura. Esto contribuyó a que en ese período, Canal 13 consolidara un liderazgo absoluto en términos económicos, de audiencia y credibilidad (JULIO; MORENO; SANTA MARÍA, 2007, p.49).

A década de 80 foi marcada por várias discussões daqueles que seriam, no futuro, os responsáveis pelas mudanças que ocorreram anos mais tarde com o fim da ditadura. Reunidos no CENECA, um centro de estudos sobre comunicação, e liderados por Sonia Fuchs, realizavam discussões sobre o sistema de televisão chileno e também sobre as funções do Conselho Nacional de Televisão, o órgão responsável pela fiscalização e vigilância da televisão chilena.

Com a derrota de Pinochet no plebiscito de 1988, a oposição passou a elaborar um programa de governo para disputar as eleições marcadas para o ano de 1989. Assim, Patricio Aylwin, o candidato mais provável para a disputa e integrante da *Concertación de Partidos para la Democracia*²⁹, encarregou Jorge Navarrete para encabeçar a elaboração do capítulo de televisão no programa de governo.

Em 1989, Augusto Pinochet, antes de deixar o poder, não só aprovou a regulamentação para entrar em operação a televisão com fins comerciais, propiciando às alas conservadoras que o apoiavam o acesso aos novos meios de comunicação que seriam implantados, mas também vendeu o *Canal 9*, o qual correspondia à frequência cultural da TVN.

Segundo Otondo (2008), o canal foi vendido por razões políticas-ideológicas e para saldar uma parte da enorme dívida da TVN, que estava numa situação difícil. Nesse contexto surgiu a primeira rede de televisão privada no Chile, o *Megavisión*, indo ao ar em 1 de outubro de 1990. “O novo canal prometia uma programação voltada para a família, pluralista e independente, baseada em informação e entretenimento, sem qualquer vínculo com instituições do governo, religiosas ou culturais do país” (OTONDO, 2008, p.84).

A vitória de Alwin nas eleições trouxe um novo momento para história do Chile. Ou seja, o fim do governo militar derrotado nas urnas foi uma oportunidade inédita para a construção de um projeto de televisão genuinamente pública.

Las tesis que sustentaban Aylwin y sus colaboradores era que la crisis previa a la dictadura respondía a una polarización ideológica de la sociedad, donde el diálogo y los consensos habían quedado sin espacios.

²⁹ Coalizão de 17 partidos políticos contra a ditadura militar.

Prisioneros de este ambiente radicalizado, los medios de comunicación habrían actuado como un catalizador de los conflictos. Desde esa mirada, la reconstrucción de la democracia exigía un ambiente de estabilidad y gobernabilidad, donde los medios de comunicación jugarían un rol central (JULIO; MORENO; SANTA MARÍA, 2007, p.51) .

No ano de 1992, o então presidente, Aylwin, referendou pelo Congresso as leis 19.131 e 19.132, que não só reformaram o sistema de televisão chileno, mas também foram responsáveis pela modificação do Conselho Nacional de televisão³⁰, transformando profundamente a natureza jurídica-institucional da TVN. Estas mudanças estruturais levaram o sistema televisivo chileno a se tornar misto, ou seja, universitário, público e privado. Segundo Fuenzalida (1999) a reforma foi realizada para tirar a televisão do governo e entregá-la ao Estado, representado por dois poderes públicos: Executivo e Legislativo.

Ainda na perspectiva de Fuenzalida (1999), a reforma buscou alcançar três objetivos: 1) outorgar à estação autonomia jurídica e política do governo, passando a TVN a ser governada por um diretório nomeado em comum acordo pelo Presidente da República e Senado³¹; 2) outorgar à TVN autonomia econômica, visto que, sem a mesma, a autonomia jurídica não passava de uma ilusão; 3) e por último, garantir também a autonomia administrativa, possibilitando estabilidade empresarial e desenvolvimento saudável como indústria.

De acordo com Cifuentes (2002) a lei que reformou o estatuto jurídico da TVN “definiu a autonomia como o princípio básico, e o pluralismo como o objetivo principal de sua ação” (CIFUENTES, 2002, p.135).

Conforme ressalta Otondo:

A refundação da TVN representou uma mudança radical no modelo de televisão pública usual na América Latina, baseada em três pontos: ruptura com o modelo estatal, gestão democrática da empresa e independência financeira do governo para garantir o cumprimento da missão – representação democrática e plural na gestão e na programação – para ser a televisão de todos os chilenos (OTONDO, 2008, p.78).

A implantação do projeto de reforma não foi fácil, pois ainda existia muita resistência por parte de alguns setores do governo. Uma das maiores dificuldades enfrentadas após a posse de Alwin foi chegar num consenso quanto à forma de funcionamento e indicação do Diretório (OTONDO, 2008), que após muitas discussões foi composto da seguinte forma: um

³⁰ De acordo com Júlio, Moreno, e Santa María (2007), as principais mudanças no Conselho foram: limitar a duração das futuras concessões a 25 anos renováveis, redefinir a composição de seu diretório que não seria integrado por quem ocupasse certos cargos definidos na lei, mas através de proposta via presidente e com aprovação do senado e assinalou a missão de olhar pelo funcionamento correto da televisão.

³¹ A televisão passa a ser uma empresa pública que não depende diretamente do Executivo

Conselho Diretor com seis membros escolhidos em comum acordo entre o Presidente da República e o Senado e um presidente de conselho indicado pelo Presidente da República. Os conselheiros eleitos não podiam ser demitidos por razões políticas ou circunstanciais, evidenciando a diminuição da interferência política na TVN, que por longos anos foi utilizada como instrumento por governos anteriores. Pelo menos na lei, a emissora se viu livre de influências políticas exteriores.

O financiamento da TVN também foi matéria de discussão. Com o intuito de instalar uma autonomia política, foi estabelecido que ela buscaria suas receitas no mercado, competindo com as demais redes de televisão, evitando, portanto, a negociação política por verbas e a corrupção. Segundo Otondo (2008), para competir em igualdade no mercado, a TVN foi transformada em uma empresa de sociedade anônima aberta, possibilitando-a não ficar submetida à burocracia e às normas administrativas característica das empresas do Estado.

Televisión Nacional no tiene fines de lucro, en eso se diferencia de las estaciones privadas comerciales con fines de lucro, pero tiene que autofinanciarse y eso significa que no puede recibir dinero del Estado, entregado a través de un ministerio, no puede comprometer el crédito del Estado chileno para, por ejemplo, obtener créditos bancarios, dentro o fuera del país. [...] Por lo tanto, los legisladores fueron tajantes: no van a recibir dinero del Estado, pero tampoco van a prestar servicios gratuitos. Nosotros no podemos, por ejemplo, pasar publicidad gratuita del Estado, el Estado tiene que pagar (FUENZALIDA, 1999, s.p.).

A programação da TVN se constitui como uma questão à parte. Foi dada uma grande ênfase a conteúdos de informação e jornalísticos, entretanto, a ficção e um conteúdo voltado para o público infantil foi deixado de lado. Ao depender do mercado, a TVN perde a capacidade de investir em programas de utilidade pública, necessários para que a mesma cumpra sua missão de televisão pública. Desse modo, a faculdade de inovar, criar programas que realmente façam a diferença, fica totalmente comprometida.

Segundo Julio, Moreno e Santa María (2007);

[...] es importante destacar que TVN se benefició de su carácter híbrido: por un lado su mandato de autofinanciamiento aseguró su competitividad en el mercado y, por otro, su ideología de la televisión pública favoreció a que estableciera una relación privilegiada con la audiencia, claramente marcada por las características políticas de la transición democrática (JULIO; MORENO; SANTA MARÍA, 2007, p.63).

A TVN se mostrou um modelo de televisão diferente da estatal tradicional encontrado na maioria dos países da América Latina. Sua reforma evidencia a possibilidade de criar uma

televisão pública não vinculada a governos nem submetida às disputas políticas, que na maioria das vezes acabava prejudicando o seu desenvolvimento.

Na década de 1990, as modificações provocadas pela transição democrática, também acompanharam os mudanças no mercado, que estava em constante crescimento. No século XXI a história se repetiu, visto que as transformações tecnológicas e a implantação da televisão digital imprimiram novos desafios à TVN e ao seu modelo, que se viu obrigada lidar com um novo tipo de audiência.

Quadro 6: Características da TVN

TVN		
Estrutura do Sistema	Modelo de Financiamento	Modelo de Gestão
Canal transmitido em todo território nacional	Busca suas receitas no mercado	Conselho Diretor

Quadro elaborado pela autora

2.4. Breve síntese

A abordagem dos modelos realizada anteriormente demonstra o quanto o contexto de cada país foi decisivo na formação de suas televisões públicas. Sendo assim, na Europa, o modelo foi marcado pela noção de serviço público e independência, nos Estados Unidos a televisão pública surgiu como um complemento da televisão privada, enquanto na América Latina o Estado assumiu o seu controle, utilizando-as, muitas vezes, como instrumento político.

O modelo norte-americano tem suas raízes no livre mercado, já que, segundo Horwitz (1989), os serviços de comunicações nos EUA sempre foram providos de forma privada. Esses eram sujeitos à regulação por agências independentes embora responsáveis por resguardar o interesse público, estas acabavam protegendo a indústria regulada. Segundo Santos e Silveira (2007) mesmo que os primeiros regulamentos e consequentes regulações colocassem o espectro radiofônico como uma espécie de bem público, havia a necessidade de licenças por parte dos governos para as radiodifusoras funcionarem. Ainda assim, a radiodifusão americana era um empreendimento predominantemente privado.

As mínimas regulações sobre a radiodifusão guiaram-se por um vago pressuposto de interesse público (cf. STEVANIM, 2010, p.7). Portanto, o modelo americano está muito mais

ligado à saúde da sociedade econômica capitalista e ao público, considerado um aglomerado de consumidores.

Para Santos e Silveira (2007) o conceito de público deve abranger preocupações sociais e culturais, questões de acesso universal, visões essas que são negligenciadas pelo modelo de financiamento publicitário.

Diferentemente do americano, no modelo europeu, a radiodifusão foi tratada como um bem público. O Estado sempre foi o principal promotor da comunicação, e embora a presença do mercado fosse permitida, era fortemente regulada. Denominado de *public service*, segundo Ferreira e Jambeiro (2011), apesar de possuir algumas variações, a comunicação possui um só objetivo “dar ao público não o que ele quer, mas o que ele necessita, como concebido no interior do próprio aparato do sistema” (FERREIRA; JAMBEIRO, 2011, p.8). Tendo como lema “educar, entreter, informar” a televisão pública europeia foi desenhada em termos pluralistas em diversos níveis, como aponta Blumler (1993):

en la multiplicidad de tipos de audiencia atendidos en los perfiles de audiencia abastecidos; con respecto a la realización de programas, en la medida en que intenta aparejarlos con la heterogeneidad del público espectador u garantizar que cada tipo de programa tenga suficientes recursos para ser bueno en su género; con respecto a la reactividad de la sociedad, lo cual implica que los sectores significativos de la comunidad, divididos según intereses, intereses valores e identidades, puedan ver en los programas transmitidos un reflejo tolerablemente auténtico de sus principales inquietudes (BLUMLER, 1993, p.24-25).

Cifuentes (2002) acredita que a América Latina foi herdeira dos países que tiveram modelos de organização do rádio e da televisão com predomínio da influência do Estado sob regimes autoritários. Portanto, misturou-se o pior da censura governamental com a alocação arbitrária de frequências e espaços a setores privilegiados da esfera privada. O desenvolvimento da televisão pública foi secundário, além de ser um instrumento político do governo, a televisão tinha sua imagem vinculada a uma programação desinteressante voltada para públicos muito específicos.

Segundo Stevanim (2010), apesar do conceito de público ser definido como aquilo que pertence a uma coletividade, sem pertencer a um único dono, muitos desdobramentos são possíveis, sendo assim, a definição de modelos de radiodifusão pública é marcada por especificidades históricas e pela dinâmica gestada através de conflitos de interesses. Para o autor as influências que as construções subjetivas e as imagens do mundo lançam sobre um cenário, a princípio, objetivo, passam despercebidos.

Neste sentido, “o modo como se entende o Estado, o mercado e a comunicação em toda sua dinâmica pode revelar divergências estruturais e contradições implícitas na prática comunicativa” (STEVANIM, 2010, p.7). Sendo assim, a partir do papel assumido pelo Estado, puderam-se observar duas tendências principais no encaminhamento das políticas de comunicação: os Estados Unidos, marcados pela existência de um Estado liberal, procuraram preservar o livre mercado e uma influência reduzida na distribuição das concessões; enquanto a Europa, onde imperou o Estado de Bem-Estar Social, o Estado atuou como principal promotor da comunicação, permitindo a presença do mercado, porém com forte regulação.

Como foi analisado, em cada tradição surgiram determinadas experiências de televisões públicas. Dentro da intervencionista, europeia, desenvolveram-se televisões estatais, que vão do mais paradigmático que é o da BBC (Reino Unido), com financiamento e gestão independentes, até modelos como o da RTVE (Espanha) e RTP (Portugal), que recentemente passaram por uma reformulação da programação e revisão da identidade corporativa, para que os pressupostos de público, fizessem, de fato, parte de sua realidade (STEVANIM, 2010, p.8). Enquanto nos Estados Unidos, assim como na América Latina, a televisão pública ocupou um espaço secundário e fragmentado na sociedade com capacidade reduzida de competir com os grupos nacionais da TV privada.

O entendimento de como foi constituída as televisões públicas nos países analisados é relevante para a análise da TV Brasil e a observação das peculiaridades de cada uma delas demonstra o quanto o contexto é fundamental não só para sua construção, mas também para a sua consolidação no cenário nacional.

Quadro 7: Características das TVs públicas

	Estrutura do Sistema	Modelo de Financiamento	Modelo de Gestão
BBC	Oito Canais sendo os principais: BBC1; BBC2; BBC3; BBC4	Cobrança de Taxa anual	BBC Trust e Executive Board
RTVE	Oito canais sendo os principais: La 1; La 2; Canal 24h, Teledeporte e Clan	Recursos Públicos com a proibição de veiculação de publicidade	Conselho Assessor, Conselho Informativo; Conselho de Administração
RTP			

	sete canais de televisão: RTP 1, RTP 2, RTP África, RTP Açores, RTP Madeira, RTP N, RTP Memória e RTP Internacional e ainda sete estações de rádio.	Taxa paga pelo cidadão; Recursos orçamentários estatais; publicidade e venda de produtos	Órgãos sociais; Conselho de opinião; Provedores do ouvinte e do telespectador.
PBS	Emissoras Locais e Organizações nacionais	Fundo Governamental; Doações de fundações civis, cidadãos e empresas privadas; comercialização de conteúdo entre os membros ou emissoras de outros países	Conselho Diretor
TVN	Canal transmitido em todo território nacional	Busca suas receitas no mercado	Conselho Diretor

Quadro elaborado pela autora

3. Dimensões do Sistema Público de Comunicação

3.1. Conceitos e Concepções sobre o Sistema Público de Comunicação

A denominação sistema público de comunicação está permeada por conceitos e definições diversas. Em livros ou documentos oficiais, o enfoque dado a esta mídia está centrado no seu aspecto educativo e cultural e no fato de se constituir como uma empresa não comercial e por permitir uma maior visibilidade ao debate público, estando livre das ingerências do mercado e dos governos.

No Brasil predominou o uso da expressão **sistema público de comunicação**, já em outros países, prevaleceram a expressão *public service broadcasting*. Na Europa – na segunda metade do século XX, principalmente na década de 1980 – a conjugação de fatores sociais, culturais, políticos, econômicos e tecnológicos promoveram mudanças substanciais tanto na prática como na concepção do que seria um serviço público de televisão.

Segundo Valente (2009a), embora os termos sejam diferenciados, é possível estabelecer uma relação entre eles, visto que:

Ambos incluem os meios geridos direta ou indiretamente pelo Estado, os princípios programáticos que os regem e os legitimam no conjunto do sistema de mídia de um país (ou região) e as normas que estruturam sua

organização e funcionamento. Esse sistema pode incluir tanto os diversos serviços dentro de uma mesma corporação, como é predominante no modelo europeu, ou um conjunto de órgãos com papéis diferentes que articulam diversos entes mantenedores de veículos, como ocorre no modelo estadunidense (VALENTE, 2009a, p.26).

Segundo Sivaldo Pereira (2009), ao falar de sistema público de comunicação pensa-se em um conjunto de mídias públicas (rádio, televisão, internet, etc) que operam de modo integrado e sistêmico, tendo como objetivo o interesse dos cidadãos.

Na perspectiva de Laurindo Leal Filho (1997), as palavras que formam o conceito **serviço público** devem ser ressaltadas:

Trata-se, em primeiro lugar, de um serviço, o que indica a existência de uma necessidade da população que precisa ser atendida. E público porque, segundo os idealizadores do modelo, é um atendimento especial que não pode ser feito por empresas comerciais ou órgãos estatais. Os veículos prestadores desse serviço devem ser públicos e por isso mantidos total ou parcialmente pelo próprio público. Só assim seriam capazes de dar conta de sua vocação cultural (LEAL FILHO, 1997, p.18).

O presente trabalho, por ter o enfoque na TV Brasil, dará maior ênfase às definições ligadas ao sistema público de radiodifusão, com intuito de evidenciar os princípios e concepções que dele fazem parte.

Na perspectiva de Pérez e Saura (2009) considerar a televisão como serviço público, está vinculado com a dupla natureza dos produtos informativos, ou seja, um bem econômico e um bem social, cultural ou ideológico. Constitui-se como um bem econômico pelos altos custos envolvidos em sua produção, contudo, não deixa de ser ao mesmo tempo um serviço de consumo público. Além disso, a televisão é um serviço de caráter imaterial, inscrita nas instituições de socialização com um grande peso cultural, político e ideológico. Como observamos no caso europeu, o componente ideológico sempre teve mais peso que o econômico:

[...] así, el Estado asumía la gestión televisiva en la medida que se consideraba que la televisión debía satisfacer unas necesidades generales vinculadas a la educación, la promoción cultural, el derecho a la información y la cohesión social, entre otros. Estos son, todavía hoy, los aspectos que se señalan en las diversas normativas europeas en la definición del servicio público televisivo (PÉREZ; SAURA, 2009, p.20).

De acordo com Manfredi (2008), o serviço público de televisão é o resultado de uma concepção ampla das políticas públicas de comunicação. O mesmo se reflete através de uma

programação com conteúdos de qualidade, independência política e a não subordinação aos interesses comerciais.

A Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO) na obra *Indicadores de desenvolvimento da Mídia: marco para a avaliação dos meios de comunicação* (2010), define serviço público de radiodifusão como aquele que é realizado, financiado e controlado pelo público e para o público. Não é estatal nem comercial bem como não está sujeito às ingerências políticas e do mercado.

O serviço público de radiodifusão parte da premissa de que o mercado não é capaz de atender a todas as necessidades de radiodifusão do país. A característica definidora dos SPRs é que são protegidos contra ingerência, principalmente de natureza comercial ou política, com relação a sua governança, orçamento e processo decisório eleitoral (UNESCO, 2010, p.37).

Desse modo, o serviço público de televisão deve estar livre das ingerências do Estado e do mercado, sua lógica não é, e não deveria ser, a mesma das televisões privadas, as quais buscam incessantemente o aumento de sua audiência.

A televisão de serviço público se distingue como realidade específica na medida em que se assume como uma instituição da sociedade e age em conformidade com outras instituições que tem por objetivo dar-lhe voz, sem exatamente estar condicionada ao sucesso de sua programação (PINTO, 2005). Ainda na perspectiva deste autor “é a ação social, na variedade das suas formas, agentes e contextos, que dá sentido ao serviço público” (PINTO, 2005, p.15-16).

Embora exista uma diferença na conceituação do que seria um serviço público de televisão, alguns elementos devem ser seguidos por aqueles que possuem comprometimento com seu público alvo. Os princípios consensuais do serviço público são os seguintes: universalidade geográfica, apelo universal, independência, identidade nacional, minorias, competição, criação, diversidade, diferenciação e financiamento público (LEAL FILHO, 1997; UNESCO, 2006).

A universalidade geográfica está ligada à concepção de que toda a sociedade deve ter acesso aos serviços tanto de televisão, como de rádio. Os membros da sociedade se constituem como cidadãos e não como meros consumidores, e como tal, têm o direito a uma programação de qualidade voltada para o atendimento de suas demandas.

O apelo universal reside no fato de que deve ser oferecida uma programação que contemple todos os gostos e interesses, não se restringindo somente a um grupo. Assim, vale

ressaltar que a preocupação não está circunscrita ao nível de audiência, mas sim à proporção da população atingida.

O princípio da independência se destaca como um dos mais importantes, no qual o serviço público não pode estar vinculado a nenhum tipo de interesse do Estado nem do mercado. A independência do Estado garante a liberdade de expressão e ao mesmo tempo a confiabilidade da população no serviço prestado. De acordo com Bucci (2010), a independência do Estado é necessária para que seja realizado de forma concreta qualquer projeto de radiodifusão pública, o que não se constitui como um isolamento, mas sim, uma autonomia de critérios de decisão e procedimentos.

O princípio de identidade nacional reside na preocupação da programação em refletir a comunidade e os sentimentos que estão a ela circunscritos.

Barendt (1993) diz que essa concepção vem dos anos 20 e é muito controvertida. Ela tem fortes componentes 'chauvinistas', mas ao mesmo tempo encontra defensores pragmáticos, preocupados, por exemplo, com a 'invasão cultural' norte americana (LEAL FILHO, 1997, p.6).

Atualmente este princípio tem suscitado diferentes debates na sociedade, pois as identidades nacionais, ao mesmo tempo em que estão sofrendo influências de fatores externos são reafirmadas através de algumas políticas nacionais.

O princípio das minorias evoca atenção a alguns grupos menos favorecidos existentes na sociedade, reforçando ainda mais o de apelo universal. Além disso, a competição também deve ser ressaltada. Sua ligação não se dá pela disputa por audiência, mas sim pelo estímulo de desenvolvimento de bons programas para, a partir daí, desenvolver o interesse na busca de novos formatos. O incentivo ao público para manifestar a opinião sobre a programação veiculada também é um aspecto interessante neste processo, permitindo a troca com os produtores e possibilitando, dessa forma, a consolidação de outro princípio: a criação de uma programação voltada para todas as necessidades.

O princípio da diversidade compreende o fato de que o serviço público de televisão deve refletir justamente a diversidade presente no interesse público. Assim, devem ser oferecidos diferentes tipos de programas: de notícias até de entretenimento para alcançar a todos.

O princípio da diferenciação está baseado no fato do serviço público de televisão oferecer algo distinto dos serviços privados. Portanto, a partir das características de sua programação, o público deve distinguir claramente as particularidades que envolvem a prestação de serviço de uma televisão pública.

De acordo com o Manual da UNESCO, *Radiotelevisión de Servicio Público: un Manual de Mejores Prácticas* (2006):

No se trata solamente de producir el tipo de programas que a otros no interesa, dirigidos a la audiencia que otros no toman en consideración, o manejando temas que otros ignoran. Es asunto de hacer las cosas en forma diferente, sin exclusiones de ninguna especie. Este principio debe alentar los difusores públicos a innovar, crear nuevos espacios, nuevas producciones, marcar el rumbo en el mundo audiovisual y liderar nuevos rumbos de otras empresas de difusión (UNESCO, 2006, p. 32).

Para Caballero (2011), o serviço público radio televisivo deve possuir ao menos cinco prioridades estratégicas, entre as quais: o acesso digital a cidadania, aos novos canais e serviços digitais; a participação pública nos conteúdos e consumos culturais; e a diversificação e qualificação dos conteúdos. Ou seja, a televisão pública deve procurar orientar, em um cenário onde a saturação da oferta audiovisual é uma realidade, o consumo dos públicos, educando a audiência para a recepção de conteúdos em novas plataformas digitais. Outra prioridade destacada pelo autor é que cabe ao setor público procurar liderar as transformações tecnológicas e o desenvolvimento da indústria audiovisual que acompanha a revolução digital, a fim de garantir um desenvolvimento equilibrado com a defesa do interesse público. Por último, o setor público também deve possuir o desafio de cultivar a comunicação de proximidade.

Na perspectiva de Pereira (2013) a concepção de *public broadcasting* também pode ser denominada de mídia pública. Segundo o autor, a existência desse tipo mídia tem sido umas das faces estruturais dos sistemas de comunicação em países democráticos. O conceito de mídia pública é definido por Pereira (2009) como um

[...] meio de comunicação onde não se prevê atividade comercial direcionada à obtenção de lucro para proprietários particulares ou acionistas privados e que apresenta, simultaneamente, algum nível de participação pública em seu gerenciamento (PEREIRA, 2009, p.2).

Portanto, são organizações sem fins lucrativos, financiadas com dinheiro público, cuja principal missão é servir o cidadão.

Quanto mais autônoma em relação ao mercado, quanto mais independente de ingerências governamentais e quanto mais aberta e predisposta à participação do cidadão, mais forte e qualificado é o adjetivo “público”. Neste sentido, suas atividades estão guiadas por leis e princípios constitucionais, configurando-se menos como uma política de governo e mais como uma política de Estado (PEREIRA, 2013, p. 1).

Levando em consideração estes aspectos, serão trabalhadas seis concepções de mídia pública: elitista, educativa, pública-não estatal, pública como alternativa à mídia comercial, culturalista e pública como aparelho do Estado. Estas foram utilizadas pelo Coletivo Intervozes na publicação intitulada “Sistemas Públicos de Comunicação no mundo: experiência de doze países e o caso brasileiro”. As mesmas serão aqui empregadas, pelo fato de terem adotado “uma flexibilidade capaz de identificar abordagens que se baseiam tanto na noção de sistema quanto na caracterização específica de um meio, como ocorre frequentemente em textos que apresentam reflexões sobre a televisão pública” (VALENTE, 2009a, p.26).

Vale ressaltar que, para os objetivos desta pesquisa, o intuito é demonstrar as diferentes concepções de mídia pública existentes, sem um aprofundamento nos méritos e questões que todas elas podem suscitar.

3.1.1. Elitista

A concepção elitista foi dominante na construção de grande parte dos sistemas públicos de comunicação europeus. Segundo essa concepção, o conhecimento e a razão seriam imprescindíveis para uma inserção no mundo de maneira emancipadora. Na visão daqueles que defendiam esta abordagem, o rádio e a televisão teriam como função contribuir para a diminuição do abismo existente entre a riqueza cultural produzida pelo homem e a população (VALENTE, 2009a).

Segundo Fernández (2002), na origem da rádio e TV pública na Europa, houve a intenção de homogeneizar a sociedade de acordo com os padrões culturais das classes dirigentes. Intenção que foi explicitamente mencionada por John Reith, fundador e primeiro diretor geral da BBC. Conforme ressalta Briggs (1985), Reith afirmava que um dos objetivos do novo veículo era “propiciar a criação de um eleitorado mais inteligente e iluminado, tornando-se um fator de integração para a democracia” (BRIGGS, 1985). Destarte, nota-se, que primeiramente o rádio e depois a televisão, eram somados aos empreendimentos culturais cuja responsabilidade era disseminar a riqueza linguística, espiritual, estética e ética dos povos e nações (LEAL FILHO, 1997).

A alta cultura e o conhecimento se constituíam como objeto da mídia pública e estavam relacionados com o padrão da alta sociedade. A BBC, desde sua fundação até os dias de hoje, suscita a discussão em torno da sua identificação com os valores da classe média

intelectualizada. Esta perspectiva demonstra que a elite tinha o pensamento de que somente ela era capaz de visualizar os conhecimentos necessários à população, colocando sua visão política e de mundo às classes populares.

A partir do texto de Reith, *Broadcasting Over Britain* (1997), observa-se claramente sua defesa a esta concepção: “é normalmente indicado a nós que estamos aparentemente direcionando ao público o que pensamos que ele precisa, e não o que ele quer, mas poucos sabem o que querem, e menos ainda sabem aquilo de que precisam”(REITH, 1997, p.34), comprovando o caráter elitista de seu pensamento. Partindo dessa premissa, Reith defendia que a baixa aceitação das manifestações artísticas e eruditas estava relacionada com o desconhecimento do público e não à baixa atratividade dessas atrações (VALENTE, 2009a).

Atualmente se questiona a legitimidade social de um modelo de televisão pública com a função de atender a uma minoria, oferecendo conteúdos elitistas de alta cultura. Para Fernández (2002), “sob o ponto de vista da equidade econômica, a oferta cultural desses canais elitistas é criticada como um subsídio estatal justamente para os setores que têm poder aquisitivo para ter acesso a esses bens” (FERNÁNDEZ, 2002, p.168). Ainda segundo o autor, “aqueles que se opõem a essa solução advertem que se aprofunda uma segmentação cada vez mais diferenciadora dos públicos, e também que as estações gerais seriam isentas de realizar esforços para traduzir a alta cultura em formatos acessíveis ao público maciço” (FERNÁNDEZ, 2002, p.169). Uma televisão, ao se propor como pública, tem como um dos princípios o apelo universal, oferecendo uma programação que atinja a todos os grupos e não uma minoria.

3.1.2. Educativa

A visão educativa da mídia pública aparece fortemente na América Latina no período que marca a intensa industrialização desses países. Eles passavam por uma experiência de expansão de seus parques industriais e das taxas demográficas, favorecendo a promoção do pensamento de novas políticas para o continente. Segundo essa concepção, a televisão seria mais uma ferramenta empregada na ampliação da formação da população, garantindo o aumento da mão de obra qualificada, beneficiando a indústria que estava em plena expansão.

Segundo Fernández (2002) o esforço para introduzir a televisão educativa na América Latina ocorreu devido a um diagnóstico de agências especializadas e de órgãos internacionais de ajuda ao desenvolvimento, que chegaram à conclusão de que o que levaria a uma melhoria na qualidade escolar não era o enfoque nos processos intra-escolares de aprendizagem, mas

sim uma intervenção tecnológica externa, possível por meio de uma televisão pública educativa.

Na perspectiva de Beltrán (2002),

Os projetos de televisão educativa, associados às televisões públicas, participavam da ideia de que as mídias massificariam a educação, apoiariam outros processos educacionais e permitiriam atingir, com relativa facilidade, as populações que estavam excluídas dos circuitos oficiais da educação. Via de regra, não se concebeu uma televisão educativa que recolhesse as transformações nos conhecimentos, nas sensibilidades ou nas estéticas que as sociedades experimentavam, mas pelo contrário, aumentou ainda mais a lacuna entre o conhecimento e o entretenimento (BELTRÁN, 2002, p.91-2).

Na década de sessenta, se atribuía muita importância à TV educativa. Segundo as resoluções da primeira reunião da *Comisión Interamericana de Telecomunicaciones* (Citel), realizada em 1965 em Washington, os meios de rádio e televisão seriam eficientes na promoção de programas educativos para uma população que está distribuída em uma larga extensão territorial. A terceira reunião deste mesmo órgão reforçou ainda mais esta ideia, ao definir que o desenvolvimento econômico e social do continente latino-americano estava condicionado às oportunidades propiciadas através do rádio e televisão educativas.

Os favoráveis a esta visão viam a televisão pública intimamente vinculada com as políticas educacionais de cunho nacional ou regional, seja substituindo as salas de aulas onde as mesmas são insuficientes, seja complementando as aulas com conteúdos adicionais. Desse modo, a televisão ganhou uma atenção especial por ser um meio de desenvolvimento desses países e também por seu potencial instrutivo ao combinar sons e imagens (VALENTE, 2009a).

O início dos esforços para uma programação educativa formal estava limitado ao conceito de Telecursos. Ou seja, o intuito era coincidir os horários das aulas com programas de TV relacionados com alguns materiais escolares. Contudo, na década de 1980, os telecursos foram evoluindo para um conceito mais abrangente, a tele-educação, no sentido da educação à distância. Segundo Fernández (2002), “essa evolução introduziu uma compreensão mais complexa da possibilidade educativa da TV” (FERNÁNDEZ, 2002, p.163).

No Brasil, a tradição da televisão pública teve início com a fundação das emissoras educativas³². De acordo com o decreto lei 236 de 1967 as TVs educativas teriam como

³² Roquette-Pinto foi o grande entusiasta da televisão educativa no Brasil. No ano de 1952, Roquette-Pinto une seus esforços com os de Tude de Souza, José Oliveira Reis e o general Lauro Medeiros, formando uma comissão para realizar a implantação da Televisão Educativa Brasileira (cf. LUZ, 2010).

finalidade “a divulgação de programas educacionais, mediante a transmissão de aulas, conferências, palestras e debates” (BRASIL, 1967).

Além disso, “a televisão educativa não tem caráter comercial, sendo vedada a transmissão de qualquer propaganda, direta ou indiretamente, bem como o patrocínio de programas transmitidos, mesmo que nenhuma propaganda seja feita através dos mesmos” (BRASIL, 1967)³³. Esta determinação tinha como um dos seus objetivos impedir que as televisões educativas competissem diretamente por verbas publicitárias com as televisões comerciais. Somente na década de 1970 que a televisão educativa no Brasil consegue um desenvolvimento substancial, data que coincide com a criação do MOBRAL (Movimento Brasileiro de Alfabetização) (LUZ, 2010).

A presente concepção parte da premissa de que a mídia eletrônica, principalmente a televisão, se constitui como um difusor fundamental na distribuição dos conteúdos. Muitos países latino-americanos, como já foi ressaltado, a utilizaram na tentativa de promover educação a uma população com um baixo índice de instrução. A televisão se constituía como uma nova mídia, despertando o interesse dos políticos na sua capacidade de transmissão de conteúdos a uma grande parcela de pessoas. Alguns criticaram esta postura, defendendo que a televisão só desempenharia sua função educativa a partir de um planejamento que identificasse de forma real as necessidades do processo educativo, bem como os insumos e recursos que poderiam contribuir para o êxito deste projeto (BURKE, 1971).

Atualmente, com uma disseminação cada vez maior, deve ser ressaltado o papel da internet, que se constitui como uma inovação tecnológica na qual são depositadas grandes expectativas para a melhoria na qualidade da educação. Para Fernández (2002),

Esse panorama evolutivo, da tele-escola para a tele-educação e para a Internet é um mapa no qual é possível situar as emissoras públicas especializadas numa programação centrada na função educacional formal. Algumas estações de TV aberta, nos países de menores recursos, ainda apresentam programações mais próximas da tele-escola; os mais evoluídos trabalham com esquemas mais amplos de educação à distancia (FERNÁNDEZ, 2002, p.165).

³³ Situação que foi mudada com a permissão dos apoios culturais.

3.1.3. Pública como alternativa à mídia comercial

Essa concepção de mídia pública ganhou força nos Estados Unidos com a criação da *Public Broadcasting Service* (PBS). Segundo a Comissão Carnegie (1967), um modelo de TV pública para o país seria aquele no qual fossem atendidas todas as demandas informativas não contempladas pelas televisões comerciais. A criação da PBS se deu em um contexto em que as televisões comerciais já estavam consolidadas, desse modo, um de seus objetivos era se constituir como uma alternativa àquelas.

A distinção entre as televisões comerciais e as públicas se dá principalmente pelas últimas não centrarem suas preocupações nas demandas do mercado e nem primarem por atingir altos níveis de audiências, mas sim desenvolver uma programação de qualidade que busca atingir cidadãos e não potenciais consumidores. Segundo Bucci (2006), as emissoras públicas “[...] deveriam diferenciar-se, recusando-se a competir no mercado e buscando dar visibilidade às expressões francamente minoritárias da cultura e do debate público, que não tem aptidão para se tornar ‘campeãs de audiência’ e não tem vez nas comerciais” (BUCCI, 2006, p.13).

Essa perspectiva se dá num contexto de hegemonia das televisões comerciais, que buscam atingir um nível cada vez maior de audiência para a venda de anúncios publicitários, não priorizando as reais necessidades do público.

A distinção entre um campo e outro tem por fundamento a relação que cada um deles estabelece com seus receptores. Enquanto os meios com fins lucrativos tratam a audiência como massa e, portanto, buscam o gosto médio para que seus conteúdos possam atingir a atenção do maior número possível de pessoas, a televisão pública como alternativa deveria mirar na multiplicidade de públicos e dialogar com as demandas informativas e culturais de cada um deles. Assim, a diversidade aparece como um dos pilares dessa concepção (VALENTE, 2009a, p.33).

No Brasil a televisão nasceu comercial, as emissoras privadas privilegiaram imperativos comerciais, visando ao entretenimento e o mercado de consumo, tendo como um dos seus objetivos principais o lucro (CARMONA, 2006). Diante deste cenário de domínio das televisões comerciais surgiu a televisão pública, assim como ocorreu nos Estados Unidos, como uma alternativa, o que se tornou evidente com a criação da Empresa Brasil de Comunicação (EBC) e do seu serviço o canal TV Brasil em 2007.

Na perspectiva de Carmona (2006), à televisão pública no Brasil podem ser conferidos alguns papéis, entre eles: ser um espaço de experimentação, de reconhecimento internacional e de relação e apoio mútuo com a produção independente. Contudo, sua legitimidade se dará pela possibilidade de diversificar opiniões, abrir conteúdos, tratar de todos os temas do maior número de localidades possível, refletindo em sua programação os diversos segmentos presentes na sociedade.

A radiodifusão pública destaca-se por oferecer um serviço diferenciado. De acordo com a UNESCO (2001), um de seus princípios³⁴ é a especificidade, ou seja, distinção das demais:

Frente la programación del servicio público, la calidad y el sello particular de sus emisiones, la audiencia debe reconocer lo que distingue a este servicio de otros servicios que se le proponen. No se trata de que la radio y televisión pública produzca únicamente géneros de emisiones que no interesan a los demás servicios, ni de que se dirija exclusivamente de los público que los demás descuidan, tratando únicamente los temas que los demás dejan de lado. Se trata, sin excluir géneros, de hacer las cosas de manera diferente. Este principio debe llevar a la radio y televisión pública a innovar, a crear nuevos espacios, nuevos géneros, a dar la pauta en el universo audiovisual y a estimular a las otras emisoras (UNESCO, 2001, p.15).

Nesta perspectiva, o princípio da diferenciação é claramente percebido, ou seja, a televisão pública é identificada por seu público como aquela que oferece alternativas e inova de maneiras diferentes das televisões comerciais.

3.1.4. Sistema Público não estatal

A radiodifusão pública tem como um de seus princípios a prestação de um serviço público, livre das influências do mercado e do Estado. Ressaltando novamente a definição da Unesco (2010), “o serviço Público de Radiodifusão (SRP) é a radiodifusão realizada, financiada e controlada pelo público e para o público. Não é comercial nem estatal; é isento de ingerência política e pressões de correntes comerciais” (UNESCO, 2010, p.37). Assim, ela deve ser realizada para o público, sua subordinação a qualquer um desses elementos provocaria a defesa de determinados interesses, tirando a dimensão universal da reflexão de público (VALENTE, 2009a).

Ser independente do mercado e do Estado permite a televisão pública expressar de forma universal os diferentes ângulos de um debate, proporcionando acesso às diversas

³⁴ Dentre os quais também estão diversidade, universalidade e independência

opiniões que permeiam as discussões. A partir deste aspecto, pode-se dizer que a mídia pública se constitui como um espaço privilegiado para o debate. Observa-se claramente esta concepção nos sistemas públicos de comunicação da Europa, cujas televisões de caráter público têm grande importância.

Para Bucci (2010), o conceito de emissora pública deve ser construído a partir de três requisitos. O primeiro deles é a natureza jurídica da instituição que não pode ser propriedade particular, não pode ter um fim lucrativo, desse modo, “ela pode até ser estatal – como por exemplo, as universidades -, desde que sua gestão esteja inteiramente protegida de ingerências do poder Executivo”(BUCCI, 2010, p.11).

O segundo é o financiamento, que deve ser de caráter público. O mesmo pode ser conquistado de várias formas, seja pelo pagamento de uma taxa pelos telespectadores, como ocorre na BBC, ou então de donativos e contribuições, como ocorre na PBS, nos EUA. Segundo Bucci (2010), o mais importante é que a origem deste dinheiro não se reflita, nem mesmo de forma indireta, na orientação editorial da emissora, protegendo-a dos interesses particulares de determinados grupos. Portanto, “para ser pública, o pré-requisito do financiamento de caráter público precisa ser atendido, desvinculado de pressões oriundas do Estado ou do mercado” (BUCCI, 2010, p.11).

Em terceiro lugar, o que define o caráter público da emissora é sua gestão independente. Critérios e parâmetros sobre sua direção editorial, administrativa e financeira devem ser definidos de forma autônoma, sem prestar contas à vontade política das autoridades ou ao apetite do mercado. Assim ela estaria livre de interferências externas e o público não possuiria nenhuma vinculação com o Estado, já que ele não tem condições de exercer nenhuma influência sobre a televisão, visto que sua gestão tem bases e normas estruturadas para evitar uma possível pressão. Seguindo a mesma perspectiva de Béltran (2002),

O que se deseja assinalar, [...], é a ideia de tirar a televisão do domínio e da orientação hegemônica do Estado, levando-a para uma autonomia social e política. Isto destacaria a necessidade de independência e a pertinência de uma atenção contínua a um setor mutável exigente. A televisão é desestatizada, moderniza-se sua gestão, situando-a de maneira pró-ativa perante o futuro (BÉLTRAN, p.100).

3.1.5. Culturalista

A cultura toma outro lugar na sociedade quando a mediação tecnológica da comunicação deixa de ser meramente instrumental para ser mais densa e espessa convertendo-se em estrutural (MARTÍN-BARBERO, 2002).

A televisão pública tem vital importância, visto que, por ser regida por uma lógica diferente das televisões comerciais, tem a possibilidade de experimentar, promovendo ao seu telespectador uma experiência inédita, tanto no modo de fazer como no de assistir televisão, acompanhando suas transformações.

E é dessas profundas transformações na cultura cotidiana das majorias que deve incumbir-se uma televisão onde o caráter público deixe de remeter aos pactos e arranjos politiqueros dos governos, para significar um âmbito vital da percepção e participação cidadã (MARTÍN-BARBERO, 2002, p.64).

Segundo Martín-Barbero (2002), alguns traços fazem a diferença da televisão cultural. Esse tipo de televisão trabalha na criação cultural a partir de suas potencialidades expressivas. Assim, a cultura deve estar presente como um projeto que atravesse qualquer um dos conteúdos e dos gêneros.

Ainda na perspectiva do autor, “é cultural a televisão que torna expressivamente operante a especialíssima relação que ela tem, como meio, com a acelerada e fragmentada vida urbana” (MARTÍN-BARBERO, 2002, p.73)

Foi Raymond Williams quem chamou a atenção para essa correspondência, e as possibilidades que esta abre à televisão, de traduzir, expressiva e reflexivamente, em sua fragmentação e fluxo, um dos ‘traços da época’ mais fortes. Estamos, assim, diante da possibilidade da televisão tornar explícito o que ela própria tem de experiência culturalmente nova. Com a consequente exigência de fazer dessa experiência, tanto uma oportunidade de provocação como de reflexão (MARTÍN-BARBERO, 2002, p.73).

O terceiro traço ressaltado pelo autor, é que a televisão, ao se constituir como uma nova experiência cultural, abre o caminho para se tornar alfabetizadora da sociedade nas linguagens, habilidades e escritas audiovisuais e informáticas que compõem a complexidade cultural de hoje. Na sua perspectiva, “a democratização dos novos saberes e linguagens irá, então, andar de mãos dadas com o reconhecimento da especial criatividade dos jovens para projetar e produzir televisão” (MARTÍN-BARBERO, 2002, p.74). Esta se constituiria, portanto, como uma oportunidade dos jovens se reencontrarem criativamente com a sua sociedade, tornando-os sujeitos no seu próprio meio.

Outro ponto ressaltado pelo autor é a qualidade, que na televisão cultural toma um sentido distinto. Segundo ele a qualidade envolve, primeiramente, uma “concepção multidimensional da competitividade: profissionalismo, inovação e relevância social de sua produção” (MARTÍN-BARBERO, 2002, p.74). Em segundo lugar, ela abarca uma articulação entre a atualização técnica e competência comunicativa, afim de interpelar e construir públicos, dessa forma, além de dar abrigo à diversidade social, cultural e ideológica, ela trabalha constantemente na construção de linguagens comuns. Por último, Martín-Barbero ressalta que a qualidade também significa uma identidade institucional, esta “‘imagem de marca’ que somente a televisão cultural pode alcançar em base a uma proposta peculiar e diferenciadora de programação e linguagem audiovisual, onde se articulam gêneros e faixas, tanto por idades como por temáticas e expressividades” (MARTÍN-BARBERO, 2002, p.74).

Assim, a avaliação desta qualidade não pode ser realizada somente levando em conta ao aspecto quantitativo dos índices de audiência, mas deve, antes de tudo, ser reconhecida pelas pesquisas qualitativas desses índices.

A partir destes aspectos, observa-se que, tanto Martín-Barbero quanto outros autores, propõem uma definição de TV pública com enfoque três aspectos: a natureza autônoma da televisão, seu compromisso com o cidadão e a diversidade cultural. Ao defender uma televisão independente do Estado e do mercado, esses autores se aproximam dos defensores da mídia pública como um sistema público independente, mas se diferenciam dos mesmos ao propor um projeto teórico-conceitual e prático para a mídia pública voltada para a noção cultural (VALENTE, 2009a).

A televisão cultural se diferencia das televisões estatais e privadas ao propiciar aos cidadãos a participação, permitindo aos mesmos o reconhecimento de suas diversas facetas multiculturais, possibilitando o acesso a várias formas de culturas já que “hoje a televisão pública pode nos ajudar a ser cidadãos do mundo, sem que isso nos desenraíze – nem da cultura latino-americana, nem de nossas culturas mais locais” (MARTÍN-BARBERO, 2002, p.76).

3.1.6. Definição de mídia pública como aparelho de Estado

A concepção de mídia pública como aparelho de Estado está ancorada na tradição marxista, baseando sua conceituação nos traços que constituem a instituição Estado no capitalismo e a função desempenhada pelo mesmo na dinâmica conflitante que permeia o desenvolvimento desse sistema social, ou seja, a luta de classes (VALENTE, 2009a).

O teórico italiano Antonio Gramsci, ao formular uma teoria acerca do Estado capitalista, preocupa-se em esclarecer a natureza deste Estado, fazendo isso sob a luz do fracasso da Revolução Socialista no ocidente. Ao elaborá-la Gramsci propõe a formulação de um Estado Ampliado, ou seja, composto pela sociedade política e sociedade civil. Esta última compreende o plano da superestrutura³⁵ (ideias, costumes, comportamentos morais, culturais).

Neste sentido, o Estado enquanto sociedade política³⁶ detém o monopólio da força. Nas próprias palavras de Gramsci (2000), a sociedade política se constitui como “aparelho de coerção estatal que assegura legalmente a disciplina dos grupos que não consentem, nem ativa, nem passivamente, mas que é constituído para a toda a sociedade, na previsão dos momentos de crise no comando e na direção” (GRAMSCI, 2000, p.21). Já a sociedade civil compreende o âmbito das ideias, comportamentos e instituições, designando o conjunto de instituições responsáveis pela elaboração e propagação de ideologias enquanto concepções de mundo (MORAES, 2010).

A sociedade civil, na ótica gramsciana, engloba as ideologias que circulam pelo real histórico buscando fixar sua potência, isto é, firmar a sua capacidade de condensar e expressar concepções de mundo com vistas à sua realização histórica. Assim concebida, a sociedade civil se credencia como espaço de hegemonia (MORAES, 2010, p.58)³⁷.

A partir desta perspectiva, nota-se que, para Gramsci (2000), o Estado capitalista não é só força, mas também um conjunto de instituições, organismos e ideias que organizam a reprodução do sistema.

O Estado, em Gramsci, é caracterizado por três elementos principais:

(a) reúne a superestrutura do bloco histórico, tanto intelectual e moral quanto política; (b) se constitui a partir de um equilíbrio interno entre esses dois elementos da superestrutura; (c) enfim, e sobretudo, a unidade do Estado decorre de sua gestão por um grupo social que assegura a homogeneidade do bloco histórico: os intelectuais (PORTELLI *apud* VALENTE, 2008, p.127).

No Estado se dá a disputa ideológica entre as classes antagônicas. Nessa perspectiva, uma de suas funções é construir o consenso entre essas classes. Segundo Gramsci (2000), “o

³⁵ Desse modo, observa-se que o autor vai contra a visão marxista determinista da história, ou seja, a revolução não aconteceu por causa dessa superestrutura, visto que o capitalismo além de suas contradições está arraigado culturalmente.

³⁶ Conjunto de mecanismos através dos quais a classe dominante detém o monopólio legal da repressão e violência, e que se identifica com os aparelhos de coerção sob controle do grupo burocráticos unidos às forças armadas e policiais e à aplicação das leis (MORAES, 2010, p.57).

³⁷ Para Gramsci o conceito de hegemonia está ligado à força e consenso. Assim, o Estado Capitalista é hegemônico por não ser só força, mas também por possuir o consenso de todos na sociedade.

Estado tem e pede o consenso, mas também educa este consenso através das associações políticas e sindicais, que, porém, são organismos privados” (GRAMSCI, 2000, p.119). Os aparelhos de hegemonia atuam como difusores e sustentáculos de determinadas concepções particulares do mundo, que têm o intuito de se legitimarem na sociedade civil.

O Estado, ao buscar consenso, opera como um instrumento de difusão e produção destas visões resultantes destes desequilíbrios instáveis. Quando as classes dominantes não conseguem obter consensos junto às classes dominadas, o Estado busca criar uma opinião pública “adequada”, desafio que tenta ser superado através de uma luta pelo monopólio dos órgãos de opinião pública, dentre os quais os meios de comunicação (VALENTE, 2008).

O Estado, dizia Gramsci, é sempre uma combinação de hegemonia e coerção. “O exercício normal da hegemonia, no terreno tornado clássico do regime parlamentar – escreverá –, caracteriza-se pela combinação da força e do consenso, que se equilibram de modo variado sem que a força suplante muito o consenso, mas, ao contrário, tentando fazer com que a força pareça apoiada no consenso da maioria, expresso pelos chamados órgãos de opinião pública” (NOGUEIRA, 2003, p.190)

Para Valente (2008), essa luta está na origem da constituição dos veículos de comunicação públicos, destacando-se a televisão europeia, que se estabeleceu no cenário de consolidação do capitalismo monopolista numa demanda cada vez maior para a intervenção estatal. A contribuição dada por Gramsci reside no fato de poder identificar bases e funções gerais que cumprem na sociedade os instrumentos de produção e difusão de ideologia do Estado, dentre eles, os veículos de mídia e emissoras de televisão.

Neste caso a televisão pública é entendida como um aparelho do Estado que possui uma materialidade institucional na sua concretização enquanto sistema de emissoras as quais ofertam um serviço à população. Ao designar a produção e gestão das programações distribuídas por plataformas tecnológicas diretamente pelo Estado, a televisão pública acaba sendo a expressão deste último num processo que vai muito além da programação veiculada, envolvendo desde o arcabouço jurídico-institucional que molda o aparelho, passando também pela operação de sua gestão e chegando até o produto veiculado e sua repercussão para com a população (VALENTE, 2008).

Os meios de comunicação públicos seriam então, aparelhos estatais que existem para garantir os interesses gerais do Estado, visto aí como capitalista coletivo ideal, na indústria cultural, cumprindo primordialmente a função de propaganda na construção de “consenso” a partir da tensão dialética entre posições hegemônicas no âmbito do aparelho e as demandas do público a quem se dirige. Além dessa dimensão ideológica, a mídia pública também seria um agente na concorrência da indústria cultural, dependendo de

recursos para que tenha êxito na disputa pela atenção do público (VALENTE, 2009a, p.41).

3.2. Construção de um sistema público de radiodifusão brasileiro?

3.2.1. Antecedentes e discussões

A digitalização da televisão no Brasil trouxe à tona diferentes questões, entre elas a necessidade de formação no país de uma televisão pública que pudesse ser uma alternativa, de fato, às televisões comerciais predominantes no cenário brasileiro.

A inovação constante dos recursos tecnológicos, a partir da década de 1970, segundo Bolaño e Brittos (2007b) acaba se imbricando com as mudanças no interior do capitalismo. No sistema televisivo, de acordo com estes autores, a inovação tecnológica continuará intensa, tendo o seu ápice na digitalização da TV, e trazendo assim, novas possibilidades de transmissão, formatação de novos conteúdos, bem como a interatividade e a inclusão digital, principais objetivos do sistema brasileiro de televisão digital.

No Brasil, a digitalização da televisão se deu através do Sistema Brasileiro de Televisão Digital (SBTVD), instituído pelo Decreto 4.901 de 2003³⁸. Em 2006, por meio do decreto 5.820, foi definida a opção brasileira, atendendo às pressões das radiodifusoras³⁹, pelo padrão japonês ao qual foi acrescentada a tecnologia nacional, bem como as tecnologias componentes do *Integrated Services Digital Broadcasting Terrestrial* (ISDB – T), com transmissão digital em alta definição, possibilidade de transmissão para terminais fixos, móveis e portáteis, interatividade e regras para implementação da TV Digital delimitando o prazo de sete anos para que o sinal alcançasse todo o território nacional.

Segundo Cabral e Cabral Filho (2008), o governo Lula assumiu uma agenda contraditória, visto que, ao longo de dois mandatos, mobilizou consideráveis setores sociais. Contudo, isso não resultou em políticas concretas de transformação do setor no sentido de sua efetiva democratização. Assim,

³⁸ A transição do sistema analógico para o digital será aprofundada no Capítulo 3 A criação da TV Brasil.

³⁹ A entrada de Hélio Costa no ministério das Comunicações gerou mudanças significativas nas negociações sobre a televisão digital. Por ter uma trajetória ligada às Organizações Globo Hélio Costa despertou a desconfiança tanto de acadêmicos como de setores da sociedade civil que afirmavam que o novo ministro atenderia aos interesses dos radiodifusores. O mesmo, ao assumir o ministério, passou a defender abertamente o padrão japonês, que também era o preferido das emissoras de televisão (cf. CRUZ, 2008).

Incentiva-se a criação de um Sistema Brasileiro de TV Digital – SBTVD – que mobilizou 22 universidades e 1500 pesquisadores em todo país, mas que não utilizou parte considerável de seus experimentos e invenções, sendo que a boa parte aproveitada, o *middleware Ginga*, ainda carece de uma regulação consistente do setor para ser plenamente implementada (CABRAL; CABRAL FILHO, 2008, p.144).

O momento da transição do sistema de transmissão analógico para o digital era favorável a uma revisão profunda da televisão como um todo, obrigando o país a repensar também sua televisão pública (OTONDO, 2008).

Mota (2004) acredita que a discussão de um modelo de televisão digital no país seria também uma oportunidade para rever a legislação do setor das telecomunicações, já que essa mudança implicaria numa remodelação dos serviços oferecidos pelos meios eletrônicos, bem como as formas de acesso a eles. Segundo Bolaño e Brittos (2007), o debate em torno da televisão digital pode ser entendido como uma oportunidade fundamental para a democratização dos meios de comunicação e a inclusão digital.

Assim, organizações da sociedade civil e alguns setores do governo reuniram-se para discutir a necessidade de existir uma televisão pública no Brasil, permitindo à população, o acesso a programas de qualidade, que privilegiassem a identidade nacional e o patrimônio cultural, além de promover a cidadania.

Entre as ações mais importantes na promoção da discussão sobre a TV pública está o I Fórum Nacional de Televisão Pública, em maio de 2007, uma iniciativa do Ministério da Cultura e realização da Secretária de Audiovisual com o apoio da Presidência da República.

Através de diversos debates, buscou-se discutir a televisão que se queria construir em meio ao contexto da transição digital. Participaram os representantes das emissoras públicas, educativas, culturais, universitárias, organizações da sociedade civil (entre elas o Intervozes - Coletivo Brasileiro de Comunicação Social⁴⁰ e o Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação - FNDC), militantes de movimentos sociais, comunicadores, acadêmicos e também produtores culturais.

Em outubro de 2007, foi publicada a Medida Provisória 398, que além de promover a criação da TV Brasil e a autorização para o Poder Executivo constituir a Empresa Brasil de Comunicação (EBC) instituiu “os princípios e objetivos dos serviços de radiodifusão pública explorados pelo Poder Executivo ou outorgados a entidades de sua administração indireta”

⁴⁰ O Coletivo Brasileiro de Comunicação Social – Intervozes, defendia que a TV Digital deveria possibilitar a entrada de novos atores, especialmente de caráter público, garantindo, assim, a democracia efetiva e a liberdade de expressão e pensamento, estabelecendo um sistema público de comunicação sem fins lucrativos e sob o controle da sociedade (SOARES, 2006).

(BRASIL, 2007). Assim surgiu a EBC, resultado da união dos patrimônios da Empresa Brasileira de Comunicação (RadioBrás) e da Associação de Comunicação Educativa Roquette Pinto (Acerp), responsável por gerir a TVE Rio de Janeiro.

A intenção de instituir no Brasil um Sistema Público de Radiodifusão está presente no artigo 223 da Constituição Federal de 1988, nele consta que:

Compete ao Poder Executivo outorgar e renovar concessão, permissão e autorização para o serviço de radiodifusão sonora e de sons e imagens, observado o princípio da complementaridade dos sistemas privado, público e estatal (BRASIL, 1988).

Este é o motivo de discussões, visto que, o sistema público de radiodifusão brasileiro ainda não foi regulamentado e há dúvidas em relação à definição do que seria público, pois no Brasil o termo **público** costuma ser constantemente ligado ao Estado.

Diante do exposto, os itens a seguir têm como objetivo abordar as discussões que envolveram a configuração do sistema público de radiodifusão brasileiro, que começou a ser delineado – e ainda não está totalmente consolidado – a partir da criação da Empresa Brasil de Comunicação (EBC) e da TV Brasil, discutindo, sem a pretensão de esgotar totalmente o tema, as principais questões presentes neste processo.

3.2.2. O artigo 223 da Constituição federal e a complementaridade do sistema

A Constituição Brasileira de 1988 se constituiu como um avanço, visto que a mesma visava a atender às demandas democráticas de uma sociedade marcada pelos longos anos de uma Ditadura Militar que suprimia os direitos dos brasileiros sujeitos aos mandos dos militares. Portanto, ela possuía uma proposta normativa de organização do Estado, da sociedade e do mercado, buscando, ao mesmo tempo, responder às arbitrariedades cometidas no passado pelo regime militar (cf. BURINI, 2010, p.75).

A Constituição Federal de 1988 trouxe novas diretrizes para a mídia. Segundo Zylbersztajn (2008), a mesma eliminou a censura, colocou dispositivos com a função de diminuir o uso político das concessões de canais, definiu a comunicação social e a participação do capital estrangeiro, criou o Conselho de Comunicação Social, e também propiciou a abertura de um espaço para futuras regulamentações. Conquanto, não ocorreram

muitas mudanças no setor, prevalecendo os interesses dos detentores do controle privado dos meios de comunicação.

Desta forma, é possível traçar um perfil de como as decisões tomadas no passado refletem na situação atual das televisões públicas que encontram espaço reduzido diante da maciça presença e audiência das televisões comerciais. Segundo Jambeiro (2001), as Constituições brasileiras do século XX, inclusive a de 1988, reafirmaram e mantiveram os serviços de radiodifusão submetidos à forte influência do Estado. Ainda de acordo com o autor, a Assembleia Nacional Constituinte foi o palco no qual as elites da velha oligarquia brasileira enfrentaram novos e velhos comunistas, novos e velhos socialistas, novos e velhos socialdemocratas, novos e velhos liberais e também uma emergente corrente neoliberal.

A real composição da Assembleia Constituinte levou-a a assumir posições liberais, particularmente quanto à preferência pela economia de mercado, pela empresa privada ao invés da pública, e pela não interferência do Estado na economia (JAMBEIRO, 2001, p.141).

O Capítulo V, da Constituição Federal da Comunicação Social é composto por cinco artigos: o artigo 220, no qual está instituída a livre expressão e manifestação do pensamento; o artigo 221, em que estão definidos os princípios da programação e produção das emissoras de rádio e televisão⁴¹; o artigo 222, que instituiu que a propriedade de empresas jornalísticas e de radiodifusão de som e imagens deveria ser restrita a brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos; o artigo 223, que prevê a complementaridade entre o sistema estatal, público e privado; e, finalmente, o artigo 224, que foi o responsável por instituir o Conselho de Comunicação social⁴².

Assim, observa-se que a Constituição de 1988 abriu espaço para a regulação, mesmo que a instalação de órgãos responsáveis por esta função nem sempre tivesse alcançado o resultado esperado. Segundo Godoi (2004), embora esse capítulo da Constituição Federal tenha levantado aspectos fundamentais para a mídia no país “acabou se caracterizando num

⁴¹ “I - preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas; II - promoção da cultura nacional e regional e estímulo à produção independente que objetive sua divulgação; III - regionalização da produção cultural, artística e jornalística, conforme percentuais estabelecidos em lei; IV - respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família.” (BRASIL, 1988)

⁴² O Conselho de Comunicação Social (CCS), instituído pela lei 8.389, de 30 dezembro de 1991, foi instalado somente em 25 de junho de 2002, 14 anos depois de sua criação e 11 anos depois de sua regulamentação. O CSS tem algumas atribuições: realizar estudos, pareceres, recomendações, entre outras, de assuntos encaminhados pelo Congresso Nacional, que de acordo com o artigo 2º da lei 8.389 sejam sobre: “liberdade de manifestação do pensamento, da criação, da expressão e da informação; diversões e espetáculos públicos; produção e programação das emissoras de rádio e televisão; monopólio ou oligopólio dos meios de comunicação social; promoção da cultura nacional ou regional, e estímulo à produção independente e à regionalização da produção cultural, artística e jornalística” (ZYLBERSZTAJN, 2008, p.78-79).

grande fracasso político pela não regulamentação e aplicabilidade posterior de seus dispositivos” (GODOI, 2004, p.89).

O princípio da complementaridade entre o sistema público, estatal e privado, presente no artigo 223 é motivo de diversas discussões, principalmente na distinção entre os três sistemas. Na perspectiva de Jambeiro (2001) esse dispositivo constitucional pretendeu criar a possibilidade de reduzir a esmagadora predominância da exploração comercial da televisão.

A natureza inovativa deste dispositivo constitucional está em que ele atribui caráter complementar aos três sistemas, ao invés de fazê-lo com relação a um ou dois deles. Contudo, o citado artigo não traz qualquer concepção do que seja serviço público de televisão. Como sabemos, no Brasil o uso do atributo público é muito confuso: tanto na Constituição como no sistema legal do país tudo que é relacionado ao Estado é referido como setor público, ou sistema público, ou serviço público, ou de interesse público (JAMBEIRO, 2001, p.149).

O senador Artur da Távola foi o responsável por introduzir esta ideia de complementaridade, ao instituí-la tinha como um dos objetivos alcançar o equilíbrio na concessão,

Durante a Constituinte, toda a disputa se estabeleceu em torno do Conselho (de Comunicação Social). Eu era o Relator da matéria e considerava que o mais importante era algo que significasse a **democratização na outorga dos canais**. [...] **E eu defendia a tese de haver um equilíbrio na concessão. Parecia-me que, havendo um equilíbrio na concessão, se alcançaria o pressuposto da democratização nos meios de informação**. Então, criei ali a figura da complementaridade do sistema. Eu era Relator e criei esta figura, que a autorização a concessão, a permissão para o serviço de radiodifusão sonora de sons e imagens observasse o princípio de uma complementaridade dos sistemas privado, público e estatal [...] (TÁVOLA *apud* LIMA, 2009, grifo do autor)⁴³.

Ainda de acordo com Venício de Lima (2009), Távola, defendia "a idéia de um (sistema) público que represente não apenas o Estado, mas o que houver de possivelmente organizado na chamada sociedade" (LIMA, 2009). Além disso, segundo Lima (2008)⁴⁴, o então senador

[...] acreditava que "uma democracia não possui apenas o capital e o Estado como instituições sociais" e que certamente era necessário corrigir a distorção existente no Brasil, onde 95% das emissoras de rádio e televisão estavam sob controle da iniciativa privada e os 5% restantes na mão do Estado. Desta forma, acreditava que haveria lugar para um sistema "organizado por instituições da sociedade e que funcionasse independente do

⁴³LIMA (2009)

⁴⁴LIMA (2008)

Estado e do capital". A referência de sistema público por ele adotada incluía a experiência da BBC na Inglaterra, do PBS nos Estados Unidos e do Chile anterior a Pinochet, no qual as concessões de radiodifusão eram outorgadas exclusivamente às universidades. Sobretudo, "a diferença fundamental entre o estatal e o público não está propriamente na fonte de recursos, mas no controle das emissoras", argumentava ele (LIMA, 2008,).

Alguns pesquisadores defendem que não é possível realizar uma diferenciação entre o sistema público e estatal, tal distinção gera uma confusão conceitual que não permite a evolução da discussão em determinadas questões. Marcos Dantas defende que "Não existe diferença entre 'estatal' e 'público'. O que é estatal é público, pois o Estado é, ou deve ser, público" (DANTAS *apud* MARTINS, 2008, s.p.). Para Ramos (2009), a distinção entre os sistemas tornou-se uma armadilha normativa, escapando dos especialistas naquele momento.

Na minha opinião, não existe sistema privado de radiodifusão; o que existe é, por concessão, o Estado autorizar o privado a explorar comercialmente o serviço público de TV e rádio, utilizando, para isso, o instituto da concessão, permissão e autorização. Esta suposta complementaridade acabou sendo uma armadilha, por que aparenta ter um sistema privado. Quando se trata de outorga de concessão e permissão, não existe. Já na autorização, pode-se admiti-lo, uma vez que ela difere dos demais institutos em relação ao equilíbrio entre direitos e deveres. Advogando a existência do sistema privado, os radiodifusores comerciais querem a máxima segurança jurídica com máxima liberdade de mercado. Vai se avançar mais na discussão, mas ela só poderá ser completada no âmbito da conferência [Nacional de Comunicação] e de uma visão da legislação (RAMOS, 2009 *apud* VALENTE, 2009).

Segundo Laurindo Leal Filho, em entrevista concedida ao *Jornal Brasil de Fato*⁴⁵, não há uma definição legal para cada sistema no Brasil:

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

De acordo com Hossoé (2012), o princípio da complementaridade pressupõe que cada sistema seja orientado por um conjunto específico de referenciais econômicos, sociais e culturais. A incipiência ou o predomínio de qualquer um deles leva a um distúrbio no ambiente democrático denotando a necessidade de ocorrer um equilíbrio entre ambos.

⁴⁵ Entrevista concedida à Dafne Melo e publicada na edição nº212 do *Jornal Brasil de Fato*, em 29 de março de 2007.

A distinção entre os sistemas, para os objetivos desta pesquisa, é fundamental, tanto para o aprofundamento dos conceitos que estão delineados em cada uma das definições, quanto para a compreensão do recente debate colocado pelo meio acadêmico sobre a formação de um sistema público de radiodifusão no Brasil, representado pela criação da TV Brasil, denominada de “TV Pública” por pesquisadores, governantes e ativistas.

3.2.2.1. TV Pública, privada e estatal: uma breve discussão do conceito

A televisão comercial tem suas regras baseadas no mercado, priorizando uma programação voltada a potenciais consumidores. Portanto, a audiência se constitui como seu produto, garantindo assim, uma fatia generosa do “bolo” publicitário.

Para sustentar este critério de valor, a televisão comercial aberta busca, com sua programação, atingir a “audiência universal”, o que significa privilegiar uma “grade” vertical voltada para todo o público, o tempo todo, ao mesmo tempo. Isso exige uma programação de concessão, de agrado de todo mundo, o que acaba por comprometer necessariamente o nível da qualidade (BORGNETH, 2006, p.41-42).

A busca pela ampliação da audiência leva à existência de uma programação pautada, muitas vezes, pelo sensacionalismo e programas que não interpelam o telespectador, fazendo-o permanecer numa zona de conforto que não amplia sua consciência crítica sobre os acontecimentos do mundo. Portanto, “nesse modelo, o espetáculo televisivo dirige-se diretamente às entranhas, sem passar pela inteligência” (BORGNETH, 2006, p.42). Desse modo, a televisão comercial se baseia nos índices mais baixos de compreensão dos seus telespectadores e vasta audiência não significa somente que uma grande quantidade de pessoas está acessando determinados conteúdos, mas também o aumento do número de potenciais consumidores, representando a ampliação da lucratividade do negócio televisivo, contribuindo para a manutenção de sua expansão.

As televisões estatal e pública, são tratadas na maioria das vezes como sinônimos. A televisão estatal está ligada de alguma forma ao Estado, destarte, a mesma não possui autonomia aos interesses estatais, constituindo-se como sua porta-voz. Eugênio Bucci (2007), em entrevista concedida ao jornal Folha de S. Paulo⁴⁶, ao ser perguntado sobre a diferença entre TV Pública e TV Estatal ressalta:

⁴⁶ BUCCI (2007)

Há vários níveis de distinção. Falar que a TV estatal defende o governo e que a TV pública é independente é um argumento capcioso, porque mesmo a TV inteiramente de propriedade do Estado não pode fazer proselitismo. O dever da impessoalidade vale para todas. Sou um entusiasta da TV pública. Nenhuma democracia prescinde da comunicação pública, porque ela supre áreas que a comunicação comercial não pode atender. Nosso problema é de gestão e formatação de marco regulatório (BUCCI, 2007, s/p).

Segundo Cifuentes (2002) “se a geração, o controle e a remoção das autoridades dependem diretamente do chefe do governo, a conduta do meio deverá seguir a orientação do governo de turno; estamos falando, portanto, de uma ‘televisão governamental’” (CIFUENTES, 2002, p.128-9).

Já o conceito de televisão pública, sobretudo em que foi construída a TV Brasil, admite que haja recursos estatais. Contudo, deve priorizar sua autonomia das ingerências do governo, através de alguns meios, entre eles o de uma gestão constituída por representantes da sociedade civil. Assim, uma televisão pública não deve se submeter aos desígnios do Estado nem do mercado, visto que sua lógica não se estabelece na busca por altos índices de audiências. Para Cifuentes (2002) “se no processo de geração, controle e remoção das autoridades da empresa intervierem órgãos plurais e representativos do Estado, será possível dar autonomia à empresa com relação ao poder aos interesses imediatos do governo” (CIFUENTES, 2002, p.129).

German Rey e Omar Rincón (2002) escreveram uma declaração de princípios que devem ter uma televisão pública, cultural e de qualidade. Segundo os autores, a televisão pública deve interpelar o cidadão; ser o cenário do diálogo nacional intercultural; promover o universal que não passa pelo comercial; deixar de se programar como uma sequência linear e curricular da escola, para ganhar o processo e o fluxo próprios das narrativas audiovisuais; fazer programas de grande impacto; e recuperar os aspectos prazeroso, divertido, significativo, sedutor e afetivo que promovem a televisão, a cultura e a educação. Além disso, a televisão pública deve ampliar as possibilidades simbólicas de representação, de reconhecimento e de visibilidade para a construção da cidadania, da sociedade e da democracia; deve formar os telespectadores tanto no âmbito da leitura crítica das imagens, como no do controle do cidadão sobre as mensagens audiovisuais que são exibidas em toda a televisão; e, por último, a televisão pública deve se programar e se produzir por meio de um chamado público, através de processos de alocação de espaços transparentes e participativos, coerentes com as políticas culturais de comunicação e educação de cada país, baseados no mérito dos realizadores e produtores.

Uma televisão pública não possui finalidades lucrativas. Diferentemente da televisão comercial a ela busca constituir um cidadão por meio de seu maior produto: a programação. Esta não deve ser avaliada pela quantidade de audiência, mas sim por sua qualidade ou necessidade, portanto, seu critério é o do “universo da audiência” (BORGNETH, 2006).

O ritmo da televisão pública é o ritmo da reflexão e da compreensão dos conteúdos propostos. O espetáculo da televisão pública é outro, é o espetáculo do gosto intelectual e emocional. Não é o do mero entretenimento, que pretende confundir-se com a própria linguagem de televisão, mas, que, na verdade, constitui artifício ardiloso na conquista da atenção a qualquer preço. Na TV pública a porta de entrada da compreensão ou da dúvida é o pensamento (BRASIL, 2006, p.42-43).

A observação destes aspectos demonstra que a complementaridade do sistema fundamenta uma categoria na qual a profusão de interesses na comunicação de massa acaba se decompondo em orientações distintas, que se dão de acordo com as concepções que cada televisão impõe a seus produtos midiáticos, portanto, a predominância de um deles, significa também o predomínio e imposição de determinada visão de mundo marcada por condições específicas de enunciação (HOSSOÉ, 2012).

A Constituição de 1988 representou uma inovação ao ser a primeira Carta Magna brasileira com um capítulo dedicado à Comunicação Social. No entanto, alguns artigos não possuem regulamentação até hoje, contribuindo para manter uma ordem de domínio de alguns setores da sociedade e emissoras nos meios de comunicação. Nesse sentido, as Organizações Globo são um dos maiores exemplos dessa hegemonia na realidade brasileira. Segundo Brittos e Bolaño (2008) o oligopólio televisivo foi construído de forma extremamente concentrada e em paralelo à constituição do público, concedendo-lhe, especialmente a empresa líder um poder de lobby e de manipulação conhecido e inaceitável de acordo com os padrões internacionais. Ramos (2005) aponta que a o poder exercido pela Rede Globo sobre os políticos e a política decorreu muito mais da falta de um ambiente normativo do que das ações de um empresário particular. Nesta perspectiva, Bolaño e Brittos (2008) afirmam:

Trata-se, portanto, de um problema de ordem estrutural e é assim que se deve pensar a proposta de constituição de um novo sistema público televisivo, mesmo que o próprio Governo que o propôs não o tenha deixado claro, procurando, ao contrário, evitar o debate efetivo em torno do projeto. (BOLAÑO; BRITTOS, 2008, p.9).

O senador Artur da Távola, ao propor a complementaridade entre o sistema privado, público e estatal, tinha o intuito de evitar esta concentração, já que o equilíbrio entre os sistemas proporcionaria a mesma quantidade de espaço para as diversas vozes presentes na

sociedade brasileira. Uma das únicas alternativas às televisões comerciais, que utiliza o espectro magnético, é a TV Brasil, demonstrando que o artigo 223 não será colocado em prática enquanto o mesmo não for regulado.

Segundo Bolaño e Brittos (2008), o sistema privado não pode se eximir das obrigações de serviço público, visto que ele é uma concessão pública,

[...] exigindo, no caso dos países plenamente democráticos, contratos de concessão, cadernos de encargos e controle público sobre os conteúdos, de modo a evitar as distorções conhecidas no mercado brasileiro: censura privada e manipulação (BOLAÑO; BRITTOS, 2008, p. 10).

O sistema público estatal também deve submeter-se a formas democráticas do controle público, para evitar tanto a concentração de poder como o uso político dos meios. E finalmente, o sistema público não estatal – entendido provisoriamente pelos autores como o comunitário, universitário e outros sem fins lucrativos – deve atuar excluído da lógica da publicidade comercial, salvo as exceções conhecidas pelo patrocínio cultural, regido conforme regulamentação específica.

Tendo em vista que as necessidades do sistema público não estatal, não lucrativo, devem ser preenchidas, de alguma forma, pelo Estado, não diferindo, em essência, daquelas do público estatal (financiamento e qualificação técnica), pode-se pensar num modelo constituído, à moda europeia, no seu conjunto por dois setores (público e comercial). Do ponto de vista da complementaridade, à produção regional, independente e plural, deve-se garantir direito de acesso à antena, tanto no sistema privado, quanto no público (BOLAÑO; BRITTOS, 2008, p.10).

No Brasil a visibilidade deste debate pode ser vista através da criação da Empresa Brasil de Comunicação (EBC). Juntamente com seu serviço, a TV Brasil, sob regência do Estado, incorpora alguns aspectos determinantes que poderiam representar a efetivação de um sistema público de comunicação brasileiro. As discussões que envolveram a criação da EBC, bem como as mobilizações de alguns setores da sociedade e do governo, resultaram no I e II Fóruns Nacionais de Televisões públicas, com o intuito de pensar a construção de uma televisão pública brasileira.

Até o presente momento, buscou-se, de modo crítico, realizar um panorama sobre a situação da televisão pública no Brasil, no período que antecede a criação da TV Brasil. O entendimento do contexto e dos fundamentos em que foram construídas as bases para a implantação da TV Brasil é significativo para a próxima etapa da presente pesquisa, que envolverá a abordagem do contexto político, as perspectivas e a análise da TV Brasil.

4. A criação da TV Brasil

4.1. A criação da TV Brasil: Contextualização política e a transição para a TV Digital

O desenvolvimento deste processo se deu no momento em que o país estava passando por transformações tecnológicas, sobretudo, a implantação do Sistema Brasileiro de TV Digital, que gerou reflexões de diversos pesquisadores em diferentes campos do conhecimento, além de ser um momento favorável para a reflexão da televisão. O aspecto político também teve influência, já que a eleição de Luiz Inácio Lula da Silva para a presidência da república estava ancorada em expectativas nas diferentes áreas, entre elas as políticas nacionais para o setor das comunicações (BOLAÑO; BRITTOS; LEAL; HAJE, 2009, p.1).

O primeiro mandato de Lula na presidência (2002-2006) não teve mudanças substanciais no setor das comunicações e nesse período predominaram as discussões que envolviam a digitalização da televisão brasileira. Após diversos debates e atendendo aos interesses dos radiodifusores, optou-se pelo padrão japonês de televisão digital, o *Integrated Services Digital Broadcasting* (ISDB). O decreto 5.820, de 26 de junho de 2006, embora sancionasse a política de TV digital de interesse do setor privado, também trouxe algumas cláusulas a favor do campo público (cf. AGUIAR, 2012, p.103), entre elas, a criação de mais quatro canais com exploração direta pela União: o Canal do Poder Executivo, para transmissão de atos, trabalhos, projetos, sessões e eventos do Poder Executivo; o Canal de Educação, para transmissão destinada ao desenvolvimento e aprimoramento do ensino à distância e capacitação de professores; o Canal da Cultura, para transmissão destinada a produções culturais e programas regionais; e o Canal da Cidadania, para transmissão de programações das comunidades locais, bem como para divulgação de atos, trabalhos, projetos, sessões e eventos dos poderes públicos federal, estadual e municipal.

Em 2006, Lula lançou seu programa de governo para o segundo mandato. Além de tratar o desenvolvimento econômico e social, ao afirmar que a marca do seu próximo governo estaria no crescimento econômico e distribuição de renda, segundo o documento “será garantida a democratização dos meios de comunicação, permitindo a todos o mais amplo

acesso à informação, que deve ser entendida como um direito do cidadão” (LULA PRESIDENTE, p.13).

O programa continha ainda um item denominado Comunicação, constando o seguinte:

- Construir um novo modelo institucional para as comunicações, com caráter democratizante e voltado ao processo de convergência tecnológica.
- Incentivar a criação de sistemas democráticos de comunicação, favorecendo a democratização da produção, da circulação e do acesso aos conteúdos pela população.
- Fortalecer a radiodifusão pública e comunitária, a inclusão digital, as produções regional e independente e a competição no setor (LULA PRESIDENTE, p.17-18).

O decorrer dessa eleição foi marcado por polêmicas que, para alguns, confirmou ainda mais a intenção do governo federal em rever seu posicionamento sobre a criação de uma nova TV Pública. Poucos dias antes da realização do primeiro turno da eleição de 2006, foi divulgado o escândalo denominado de *dossiegate*, um episódio que, ao vir à tona, prejudicou o desempenho de Luiz Inácio Lula da Silva nas eleições, diminuindo sua ampla vantagem com relação ao candidato do PSDB Geraldo Alckmin.

O escândalo ganhou os principais veículos de comunicação do país, após a prisão efetuada pela polícia federal de Gedimar Passos e Valdebran Carlos Padilha, ambos ligados ao Partido dos Trabalhadores, com uma quantia de US\$ 248,8 mil e R\$ 1,168 milhão, que seria utilizada para o pagamento de material, ou seja, filmes, fotos, que comporiam um dossiê com o propósito de comprometer o então candidato do PSDB na disputa presidencial. Após investigações, o caso foi arquivado pelo Tribunal Superior Eleitoral (TSE) por falta de provas. Entretanto, o fato já estava presente na mídia, que manteve a notícia em destaque até poucos dias antes do primeiro turno. Neste cenário, deve ser destacado um episódio que teve importância crucial no rumo das eleições: a decisão do *Jornal Nacional*, da Rede Globo – emissora de maior audiência entre os jornais televisivos – de mostrar com grande destaque, as fotos tomadas de forma irregular pelo delegado da Polícia Federal Edmilson Bruno, e o dinheiro apreendido com os acusados Gedimar e Valdebran (BOLAÑO; BRITTOS, 2007, p.8).

A decisão de divulgar as fotos no *Jornal Nacional* daquele dia foi acompanhada de outras duas: (1) omitir o acidente com o avião da Gol, que, na mesma data, se chocara com um jato *Legacy*, provocando a morte de todos os passageiros, e (2) não veicular a existência da fita de áudio posteriormente divulgada por Amorim. A revista *Carta Capital*, em pelo menos duas edições, foi em defesa da verdade dos fatos, denunciando o chamado “dossiê da mídia”, que conta ainda com outras ações, por parte da

revista *Veja*, por exemplo, o que não cabe retomar aqui (BOLAÑO; BRITTOS, 2007b, p.8).

As eleições foram para o segundo turno, no qual Lula conseguiu a reeleição. Mas após o período eleitoral, o governo ficou insatisfeito com o desempenho dos grandes grupos de mídia na cobertura das eleições. Segundo Ramos (2012) “o presidente Lula saiu do processo eleitoral de 2006 convicto de que fora mais uma vez vítima de críticas injustas e preconceituosas por parte de uma mídia partidarizada, alinhada com a oposição” (RAMOS, 2012, p. 8). O que reforçava o interesse do governo pela regulação da comunicação, bem como por alternativas ao domínio do setor privado, como pode ser observado em matéria publicada no Observatório de Imprensa⁴⁷:

A cobertura da Rede Globo sobre o *dossiegate* na reta final do primeiro turno da eleição de 2006 foi o fator determinante para que o presidente Luiz Inácio Lula da Silva decidisse priorizar no segundo mandato a criação de uma rede pública de TV. O projeto sairá do papel nesta semana por meio de medida provisória. Pesou ainda a abordagem que a Globo deu à sua ausência no debate dos candidatos à Presidência na primeira fase da eleição (ALENCAR, 2007).

Ainda de acordo com a matéria, Lula teria comentado que a Globo tinha realizado uma cobertura desequilibrada dos episódios, e, por isso, o governo não poderia ficar “nas mãos da globo [...]. Então, disse em reunião com seus principais auxiliares e o marqueteiro da campanha, João Santana, que tocaria adiante a criação da rede pública de TV, projeto que à época andava em banho-maria”(ALENCAR, 2007). O novo mandato de Lula na Presidência da República passou a ter como prioridade o projeto de desenvolvimento de uma televisão pública. Dessa forma, o envolvimento do governo federal promoveu o início de diversas discussões e reuniões das entidades ligadas ao campo público de comunicação, objetivando a formatação de diretrizes para a criação da TV pública e contribuindo, portanto, para o rompimento do predomínio do sistema privado. O evento que iniciou os debates e marcou o início da organização do campo público da comunicação foi I Fórum Nacional de TV's Públicas, também essencial para a criação da TV Brasil.

4.1.1. I e II Fóruns Nacionais de Televisão Pública

A realização do I e II Fóruns de Televisão Pública, em 2007 e 2009, respectivamente, estão entre as principais iniciativas vinculadas ao fortalecimento do campo público de

⁴⁷ ALENCAR (2007)

comunicação no Brasil. A efetivação, principalmente do I Fórum, marcou um novo momento para a televisão pública no país, que passou a ser pensada e discutida não só pelas associações e setores da sociedade civil, defensores da necessidade de existir uma alternativa às televisões comerciais predominantes no contexto brasileiro, mas também por esferas do governo que, naquele momento, demonstravam vontade política ao delinear as bases para a construção de uma televisão pública. Neste processo, observa-se que o movimento em busca de alternativas à lógica de mercado na comunicação, tem como agentes primários ações vigorosas no âmbito da sociedade civil (cf. LEAL FILHO, 2008, p. 197).

No caso brasileiro, desde meados dos anos 90, grupos sociais vêm se articulando para enfrentar a questão da TV, entendendo-a não mais como simples instrumento de diversão, informação ou entretenimento, e sim como importante agente político (LEAL FILHO, 2008, p.197).

A convocação pelo Ministério da Cultura, em 2006, para o I Fórum Nacional de TVs Públicas, previsto para ser realizado no ano seguinte, foi, segundo Leal Filho (2007), um dos momentos mais significativos na história da televisão pública no Brasil:

Pela primeira vez busca-se reunir todas as experiências concretas de produção e veiculação de televisão não comercial, realizar um diagnóstico do setor e apontar caminhos para a sua consolidação (LEAL FILHO, 2007, p. 6).

A proposta recebeu o apoio do Gabinete da Presidência da República, da Casa Civil, e a coordenação foi realizada pela Secretária do Audiovisual do Ministério da Cultura. Além disso, participaram do fórum a Associação Brasileira das Emissoras Públicas, Educativas e Culturais (ABEPEC), a Associação Brasileira de Televisão Universitária (ABTU), a Associação Brasileira de Canais Comunitários (ABCCOM) e a Associação Brasileira de Televisões e Rádios Legislativas (ASTRAL), responsáveis por traçarem um diagnóstico do campo público de televisão, resultando em um conjunto de documentos, entre os quais a Carta de Brasília, que foi a base para implantação da TV Brasil.

O I Fórum, tinha como objetivo, “compreender melhor os desafios da televisão pública brasileira num contexto de revolução digital e aprofundamento da democracia” (GIL, 2006, p. 5). Segundo Mario Borgneth (2006), então assessor do Ministro da Cultura / Secretaria do Audiovisual:

[...] um Fórum que se pretende propositivo, indicador de recomendações fundamentais para o desenvolvimento do campo público de televisão, gerador do acúmulo necessário para a criação de políticas e medidas que

viabilizem uma TV pública à altura dos anseios do setor e da aspiração democrática da sociedade brasileira (BORGNETH, 2006, p. 27).

Seguida a convocação, as atividades foram divididas em três etapas: 1) a elaboração de diagnósticos; 2) construção de grupos de trabalhos; e 3) realização das sessões plenárias do I Fórum Nacional de TV's Públicas, em maio de 2007.

A elaboração dos diagnósticos ocorreu por meio de estudos realizados pelas entidades representativas da mídia pública e o resultado foi a publicação do *Cadernos de Debates vol. 1 – Diagnóstico do Campo público de televisão*. Nele foi traçada a situação do setor da radiodifusão pública nacional naquele momento, expondo a função a ser desempenhada por uma televisão pública, suas fragilidades na sociedade brasileira e a importância de incentivar o debate para a superação daquele cenário.

Os diagnósticos e as discussões realizados promoveram a formação de grupos de trabalhos divididos em oito eixos temáticos: Missão, Configuração Jurídica, Legislação, Programação e Modelo de Negócios, Tecnologia e Infraestrutura, Migração Digital, Financiamento e Relações Internacionais. Estes grupos eram formados por representantes do governo, entidades do setor público de televisão e membros da sociedade civil e entre os seus objetivos principais estavam o debate e a análise da mídia pública no país. As reuniões realizadas resultaram na publicação *Cadernos de Debates vol. 2 – Relatórios dos Grupos Temáticos de Trabalhos*, no início de 2007. Este caderno foi o responsável por organizar os assuntos que fariam parte da pauta de discussões do Fórum, que só iria acontecer em maio daquele mesmo ano.

O Fórum, até a sua realização, foi precedido por vários debates, com o propósito de instituir bases para a formação de uma televisão pública.

Como justificativa para a realização do I Fórum Nacional de TVs Públicas, o ministro Gilberto Gil, da Cultura, o presidente da Radiobrás, Eugênio Bucci, e a diretora da TVE Rio de Janeiro, Beth Carmona, lançaram manifesto conjunto, em que reafirmam que as televisões públicas já podem ser consideradas partes de um sistema de comunicação pública – porque se somam num esforço de comunicação não comercial, que não têm a audiência como obsessão e nem o anunciante como objetivo (AGUIAR, 2012, p. 130).

Após rodadas de discussões, o resultado do I Fórum Nacional de TV's Públicas foi o documento denominado de *Carta de Brasília*, um manifesto em defesa de uma televisão pública, democrática e independente. Em entrevista, Eduardo Castro⁴⁸, diretor geral da Empresa Brasil de Comunicação, relata que:

⁴⁸ CASTRO, E. Entrevista concedida à autora via skype no dia 30 de Maio de 2013. (Ver anexo III)

A TV Brasil, a EBC, é filha direta do primeiro [fórum], porque se você pegar, inclusive a lei da EBC, você vai pegar lá, artigo segundo e terceiro ela é quase que a reprodução da Carta de Brasília que é o resultado do primeiro fórum de TVs públicas. Tudo o que a carta de Brasília preconiza como o que deveria vir a ser... o que eram as bases que deveria ser montada a estrutura de comunicação pública que o governo se mostrava disposto a fazer, estão ali refletidas na lei. Então, o primeiro fórum de TVs públicas, ele foi muito importante e não foi só por isso. Ele foi importante também porque ele colocou reunido todo o campo da comunicação pública, notadamente da televisão. Depois nós fizemos também um fórum de rádios públicos, um pouco depois do primeiro fórum, foi no Rio. Mas, nessa ocasião se juntaram as associações de emissoras educativas e culturais que é a Abepec, a Astral, quer dizer de emissoras legislativas, a ABCCOM, na altura a única que existia de comunitárias... também participou o governo, o Ministério das Comunicações, o Ministério da Cultura e a Secom. Participaram praticamente todas as emissoras então existentes, que a gente chamava de iniciativas ilhadas, que era cada uma fazendo uma iniciativa ou unidas apenas por programação: TV CULTURA, TVE do RJ, a Radiobrás, com a TV Nacional aqui de Brasília, emissoras dos estados, enfim, foi um momento importante que politicamente esse grupo de comunicadores, essa gama de profissionais que trabalhou com isso e que há muitos anos queria ver regulamentada a Constituição neste aspecto conseguiu se reunir e tirar um documento importante que foi a Carta de Brasília e que acabou dando origem àquilo que veio ser a EBC depois. (CASTRO, 2013)

A Carta de Brasília apresentava as diretrizes gerais para o setor público de televisão no país, os anseios das entidades que compõem o campo público e as necessidades governamentais, sugerindo a união de esforços ante a fragmentação do sistema público observada até então (cf. HOSSOÉ, 2012, p. 103). Nela, os participantes declaravam a necessidade de existirem TV's Públicas democráticas, independentes e apartidárias. O isolamento e a dispersão observados por anos estavam, naquele momento, superados. Todos faziam agora parte de um mesmo todo, ou seja, o Campo Público de Televisão. "Um corpo que se afirma a partir da sua heterogeneidade, mas compartilha visões e concepções comuns" (CARTA DE BRASÍLIA, 2007, s/p). Os participantes também evidenciaram os princípios que deveriam estar presentes em uma televisão pública⁴⁹.

⁴⁹ A TV Pública promove a formação crítica do indivíduo para o exercício da cidadania e da democracia; A TV Pública deve ser a expressão maior das diversidades de gênero, étnico-racial, cultural e social brasileiras, promovendo o diálogo entre as múltiplas identidades do País; A TV Pública deve ser instrumento de universalização dos direitos à informação, à comunicação, à educação e à cultura, bem como dos outros direitos humanos e sociais; A TV Pública deve estar ao alcance de todos os cidadãos e cidadãs; A TV Pública deve ser independente e autônoma em relação a governos e ao mercado, devendo seu financiamento ter origem em fontes múltiplas, com a participação significativa de orçamentos públicos e de fundos não-contingenciáveis; As diretrizes de gestão, programação e a fiscalização dessa programação da TV Pública devem ser atribuição de órgão colegiado deliberativo, representativo da sociedade, no qual o Estado ou o Governo não devem ter maioria; A TV Pública tem o compromisso de fomentar a produção independente, ampliando significativamente a presença desses conteúdos em sua grade de programação; A programação da TV Pública deve contemplar a produção regional; A programação da TV Pública não deve estar orientada estritamente por critérios

O Campo Público de Televisão também afirmava receber positivamente a criação e inserção de uma TV Pública organizada pelo Governo Federal, por meio da fusão da Associação de Comunicação Educativa Roquette Pinto (ACERP) e Radiobrás, delineando, portanto, os contornos para a criação do que mais tarde seria a TV Brasil e a Empresa Brasil de Comunicação (EBC)⁵⁰

O I Fórum Nacional de TVs Públicas, como se pôde observar, foi de extrema importância não só para a união e fortalecimento do Campo público de Televisão, mas também para estabelecer os alicerces de criação de uma televisão pública. Discutindo sua função e princípios, buscou-se ampliar o debate sobre a relevância de construir um sistema público de radiodifusão fortalecido, bem como os seus benefícios para a sociedade brasileira. Desse modo, observa-se que pouco depois dessa iniciativa, ocorreu a criação da TV Brasil, juntamente com a inauguração do Sistema Brasileiro de TV Digital, evidenciando o quanto as discussões que antecederam o fórum foram significativas.

Segundo Débora Burini⁵¹ em entrevista,

Acredito que esse primeiro fórum, no meu ponto de vista, ele [sic] teve um caráter, assim, vamos dizer, de ato heroico. Porque até então nunca se discutiu isso, nunca se discutiu a questão do marco regulatório, havia sim, um interesse muito grande das forças de oposição e de organização social no país. Então o I Fórum Nacional foi o pontapé que marcou efetivamente assim... Como se fosse um desbravador nesse cenário hostil que era da mídia brasileira (BURINI, 2013).

Apesar de ter sido significativo, o I Fórum não conseguiu implementar regras que pudessem ser concretizadas em um curto período, assim como ressalta Débora Burini na mesma entrevista, “ele pouco avançou, no meu ponto de vista, no sentido de estabelecer determinadas regras, ou determinadas medidas que pudessem de fato serem concretizadas em pouco tempo” (BURINI, 2013).

mercadológicos, mas não deve abrir mão de buscar o interesse do maior número possível de telespectadores (CARTA DE BRASÍLIA, 2007, s/p).

⁵⁰ E recomendavam: A nova rede pública organizada pelo Governo Federal deve ampliar e fortalecer, de maneira horizontal, as redes já existentes; A regulamentação da Constituição Federal em seu capítulo sobre Comunicação Social, especificamente os artigos 220, 221 e 223; O processo em curso deve ser entendido como parte da construção de um sistema público de comunicação, como prevê a Constituição Federal de 1988; A construção e adoção de novos parâmetros de aferição de audiência e qualidade que contemplem os objetivos para os quais a TV Pública foi criada; A participação decisiva da União em um amplo programa de financiamento voltado para a produção de conteúdos audiovisuais, por meio de mecanismos inovadores; Promover mecanismos que viabilizem a produção e veiculação de comunicação pelos cidadãos e cidadãs brasileiros (CARTA DE BRASÍLIA, 2007, s/p.).

⁵¹ BURINI, D. Entrevista concedida à autora no dia 24 de maio de 2013. (Ver anexo I)

As discussões nele realizadas visavam o fortalecimento do Campo Público de Televisão, e nesse sentido, a criação da TV Brasil foi uma grande vitória. Contudo, a televisão pública não conseguiu ter um reconhecimento efetivo de sua importância perante a sociedade e o predomínio das televisões comerciais é uma realidade difícil, mas não impossível de ser transformada.

Outro ponto que deve ser ressaltado é que o I Fórum não foi realizado somente por iniciativa das associações da sociedade civil, mas também do governo, o que contribuiu para a promoção de um ambiente de discussões envolvendo o Ministério da Cultura, a Secretaria do Audiovisual, a Casa Civil, a Secretaria Geral da Presidência da República, a Secretaria de Políticas Culturais, existindo, sobretudo, uma vontade política para o desenvolvimento do setor de radiodifusão pública.

No ano de 2009, ocorreu o II Fórum Nacional de TVs Públicas nas mesmas bases do primeiro. O segundo também promoveu discussões e foi organizado pelas entidades representativas do Campo Público de Televisão, contando com a participação dos representantes do governo federal, do parlamento e da sociedade civil. Esse fórum teve como objetivo pressionar o Congresso Nacional no sentido de aprovar a regulamentação dos artigos 223 e 221 da Constituição (cf. BURINI, 2010, p.181).

O resultado do II Fórum Nacional de TVs Públicas foi a II Carta de Brasília, na qual os participantes faziam indicações com intento de modificar o quadro atual do sistema público de comunicação. Entre as indicações realizadas estavam: a regulamentação, o financiamento, a programação de TV pública e, por último, a criação do Instituto de Comunicação Pública brasileira.

As indicações realizadas no quesito regulamentação, afirmavam a necessidade de existir a complementaridade entre os sistemas público, privado e estatal, de acordo com o que está previsto no artigo 223 da Constituição Federal. A II Carta de Brasília, menciona a existência dos três sistemas e estabelece três categorias diferentes, não estanques, não antagonicas, mas sim, categorias que devem ser diferenciadas por algum critério.

De acordo, com o que foi exposto neste documento, o II Fórum interpreta que há um sistema de radiodifusão privado, com fins lucrativos, e que deve, como os demais sistemas, obedecer aos princípios do artigo 221 da constituição. Destaca também a existência de um sistema de radiodifusão público estatal e um sistema de radiodifusão público não-estatal. O primeiro não tem fins lucrativos, obedece exclusivamente aos princípios do artigo 221 e da lei

11.652 e sua programação está voltada para a divulgação e transparência dos atos institucionais.

Já o sistema de radiodifusão público não-estatal, também sem fins lucrativos, deve obediência aos princípios do artigo 221 da Constituição Federal e também à lei 11.652, que já vigoram para regular o sistema público de comunicação nacional. O sistema tem suas diretrizes de gestão da programação e de fiscalização realizadas por um órgão colegiado deliberativo, representativo da sociedade na qual o Estado ou o governo não podem ter maioria (cf. II CARTA BRASÍLIA, 2009), o que resulta na diferença fundamental entre o sistema de radiodifusão pública não-estatal e os demais sistemas expostos.

O financiamento é responsável por impactar diretamente na missão e nos objetivos de uma televisão pública, diante disso, o II Fórum colocou os seguintes compromissos para que ela se tornasse autônoma e independente:

- a não exibição de publicidade de produto ou serviço em todas e qualquer uma das emissoras públicas estatais e não-estatais;
- a criação de modelos de financiamento estáveis e integrados para todo o campo público de televisão;
- promover mecanismos entre produtoras independentes, TVs Públicas, Ministério da Cultura e Agencia Nacional de Cinema (Ancine) visando a criação de modelos de negócios que utilizem instrumentos de fomento para a produção independente em TV (II CARTA DE BRASÍLIA, 2009, s/p).

No quesito programação, a II Carta de Brasília defendia a necessidade de se investir na formação e qualificação de profissionais para o campo público de comunicação, e fomentava a criação de grupos de trabalho, a fim de desenvolver a formação de novos conteúdos e pesquisas em inovação de linguagem, além da promoção à produção cidadã e independente.

Outro fator que deve ser destacado é a proposta de criação de um instituto autônomo e independente para estudo e pesquisa da comunicação pública brasileira: o Instituto de Comunicação Pública Brasileira. O instituto seria o responsável pela coordenação do levantamento de experimentações produzidas pelas TV's públicas, universidades e instituições de pesquisas e assim, funcionaria como um ambiente de discussão permanente para a repercussão e continuidade das reflexões que buscam configurar o campo público brasileiro de televisão, bem como trabalharia como agente crítico dos caminhos propostos para este último (II CARTA DE BRASÍLIA, 2009).

Os dois Fóruns foram de extrema importância para configuração de um campo público de televisão que estava disperso e fragmentado. Ambos trouxeram propostas para o desenho

de uma reordenação e reavivamento do sistema público de televisão no Brasil, que há muitos anos estava totalmente à margem das discussões. Diante do exposto, é oportuna a afirmação que a criação da TV Brasil e EBC foi fruto direto dessa iniciativa, que além de fomentar e ampliar a discussão a sobre a necessidade de existir uma televisão pública nacional, colocaram-na em um novo patamar.

4.1.2. O governo Federal e a Criação da EBC

A Empresa Brasil de Comunicação (EBC) foi criada por meio da Medida Provisória 398, publicada pelo Presidente Luiz Inácio Lula da Silva em 10 de Outubro de 2007. Gestora da TV Brasil, a nova empresa, além de ser fruto da reorganização de emissoras de rádio e televisão que são de domínio da União, constituía-se como espinha dorsal do sistema público de comunicação (BURINI, 2010; MIOLA, 2012). A EBC tem sua origem na fusão de duas empresas com filosofias distintas, a ACERP e a Radiobrás.

A ACERP foi instituída como uma associação em 1998, no governo do Presidente Fernando Henrique Cardoso, e faziam parte da sua composição as seguintes emissoras: TVE Brasil (Rio de Janeiro); TVE (Maranhão); TV Escola (TV por satélite); e também a Rádio MEC 800 (Rio de Janeiro); a Rádio MEC 800 (Brasília); a Rádio MEC 98,9 FM (Rio de Janeiro); e a Rádio MEC (rádio por satélite).

A Radiobrás (Empresa Brasileira de Radiodifusão) teve sua criação por meio da Lei 6.301 de 1975, e segundo Jambeiro (2001), seus principais objetivos eram estabelecer e operar emissoras de rádio e TV; explorar os serviços de radiodifusão do governo federal; transmitir os programas educacionais feitos pelo Ministério da Educação; e produzir os seus próprios programas de entretenimento e notícias.

Ainda de acordo com Jambeiro (2001), a Radiobrás falhou completamente, tanto em termos operacionais, como financeiros, tendo suas concessões repassadas para outros concessionários. Após anos de uma atuação secundária, se resumindo à distribuição de propagandas governamentais e à operação da TV Nacional, a empresa passa por uma reestruturação, realizada por Eugênio Bucci, diretor na época. Assim, foram redefinidas sua missão, valores e diretrizes estratégicas como emissora pública de comunicação e a sua prioridade foi centrada na sustentação financeira e no conteúdo jornalístico.

A preocupação central do projeto também tinha um profundo cunho simbólico: a empresa deveria deixar de ser percebida como um veículo de “promoção propagandística das ‘realizações’ do governo e das autoridades”

e passar a se sujeitar aos “princípios constitucionais da impessoalidade e da moralidade” que vedam “qualquer desvio partidário ou governista” (Bucci 2008:30)⁵².

Ao ser incorporada pela EBC, a Radiobrás contava com algumas emissoras: a TV Nacional, a NBR e a *TV Brasil Canal Integración*. Além de emissoras de rádio, a Radioagência Nacional e Agência Brasil, que tinham responsabilidade na criação de conteúdos.

A criação da EBC se deu de forma efetiva através da publicação, em 25 de outubro de 2007, do decreto nº6.246/2007. O documento foi assinado pelo então presidente Luiz Inácio Lula da Silva, pelo Ministro da Fazenda, Guido Mantega, pelo Ministro do Planejamento, Paulo Bernardo Silva e também pelo Ministro da Comunicação, Franklin Martins. De acordo com o novo decreto, deveriam ser transferidas à nova empresa verbas orçamentárias em torno de 20 milhões reais para a constituição do capital inicial. Além disso, em conformidade com o artigo 1º, a EBC seria uma empresa pública federal vinculada à Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, mas tal vínculo foi questionado por diferentes setores.

Segundo Bucci (2010), a EBC é bem mais avançada como entidade de comunicação pública se comparada com as outras duas que lhe deram origem. Contudo, ainda está submetida ao poder estatal.

A EBC está vinculada a Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República (Secom), cujo ministro conserva a prerrogativa de indicar o presidente do conselho de administração, que, como vimos, é o órgão superior de direção da estatal. Esse vínculo institucional com a presidência da República vai à contramão das melhores práticas da comunicação pública, conforme a tradição europeia, segundo a qual as emissoras públicas devem ter afinidade com a área da cultura e não com os órgãos encarregados de promover a imagem do presidente da República (BUCCI, 2010, p.13-14).

A Secom é responsável pela gestão da imagem da presidência da República, gerencia a publicidade do governo e cuida de sua assessoria, portanto, sua meta é difundir uma imagem positiva tanto do presidente como do governo, caracterizando o comprometimento mais com uma comunicação de governo do que pública. Diante disto, Bucci (2010) afirma:

O vínculo da EBC com a Secom, portanto, não poderia ser mais impróprio, uma vez que este órgão não tem nada a ver com cultura em sentido amplo ou com a atividade jornalística em sentido estrito. Dedicado à assessoria de imprensa, não deveria supervisionar uma empresa pública encarregada de informar com objetividade e isenção (BUCCI, 2010, p.14).

⁵² Retirado de MIOLA, 2012, p.149

A gestão da EBC, estabelecida pela lei 11.652⁵³ de 2008, é formada por uma diretoria executiva, conselho de administração, conselho curador e conselho fiscal, este último não possui uma função ativa na entidade, cuidando apenas da aprovação e verificação das contas e da legalidade do ato de gestão. Os conselheiros são designados pelo presidente da república.⁵⁴

A legislação estabelece que os recursos da EBC sejam provenientes de: dotações orçamentárias; doações, legados, subvenções e outros recursos que lhe forem destinados por pessoas físicas ou jurídicas de direito público ou privado; de apoio cultural de entidades de direito público e de direito privado, sob a forma de patrocínio de programas, eventos e projetos; de publicidade institucional de entidades de direito público e de direito privado, proibindo a veiculação de anúncios publicitários (BRASIL, 2008).

A criação da Empresa Brasil de Comunicação (EBC), com a missão de implantar e gerir o sistema público de comunicação previsto no artigo 223 da Constituição Federal (MELEIRO; MENDONÇA, 2009), se deu num contexto de discussões sobre a importância de uma televisão de caráter público. Diante das transformações vindas a partir da digitalização, eram constantes as diversas mobilizações da sociedade civil que ocorreram com o propósito de debater o modelo de televisão desejado.

A EBC se constituiu como uma sucessora das antigas estruturas de comunicação do governo e se tornou responsável por gerir três canais de televisão: a TV Brasil, criada para ser uma emissora pública com alcance por todo território nacional; a NBR, canal do Governo Federal, dedicado ao acompanhamento de suas ações; e a TV *Brasil Canal Integración*, canal internacional lançado com o objetivo de alcançar o público sul-americano. No rádio, a EBC opera oito estações, entre as quais estão: Rádio Nacional AM de Brasília, Rádio Nacional FM de Brasília, Rádio Nacional AM do Rio de Janeiro, Rádio MEC AM do Rio de Janeiro, Rádio MEC AM de Brasília, Rádio MEC FM do Rio de Janeiro, Rádio Nacional do Alto Solimões e Rádio Nacional da Amazônia.

Apesar da criação da EBC representar uma tentativa de superação do passado de atrelamento dos canais públicos aos governos e autoridades, ela ainda possui diversos desafios a serem superados: a sua consolidação frente ao domínio das televisões comerciais, a construção de uma identidade própria e, principalmente, a constituição de processos que garantam o seu caráter público.

⁵³ A medida Provisória 398 foi convertida na Lei nº 11.652 de 07 de Abril de 2008. Esta última institui os princípios e objetivos dos serviços de radiodifusão pública explorados pelo Poder Executivo ou outorgados a entidades de sua administração indireta; autoriza o Poder Executivo a constituir a Empresa Brasil de Comunicação – EBC e da outras providências.

⁵⁴ A composição da EBC será detalhada de forma mais completa no item destinado ao modelo de gestão.

A criação da EBC gerou diversos debates, em síntese, as principais controvérsias deste processo são: o método de criação da empresa via medida provisória, questão levantada pela oposição no Congresso; a sua vinculação à Secom, bem como a composição e indicação do Conselho Administrativo e Curador, realizada de maneira interna; e, por fim, a admissão de publicidade institucional.

A EBC é gestora da TV Brasil cuja inauguração foi realizada no dia 02 de dezembro de 2007, simultaneamente com o Sistema Brasileiro de Televisão Digital. A nova TV foi lançada com o slogan “você escolhe, você programa, você assiste” e sua existência foi acompanhada por expectativas, principalmente na possibilidade de mudança do panorama comunicacional do país, devido à elaboração e desenvolvimento de outra forma jornalística e à nova oferta de produtos midiáticos distintos do que era oferecido pelas mídias hegemônicas.

O sinal da TV Brasil, naquele momento, só estava disponível à Brasília, Rio de Janeiro e São Luís do Maranhão. Isso ocorreu, sobretudo, devido à falta de equipamentos para a transmissão da nova TV pública em rede nacional. Apesar de ser marcada como um novo período para as emissoras públicas no país, a TV Brasil teve sua inauguração sem que houvesse uma ampla divulgação para os brasileiros. Segundo pesquisa divulgada pela CNT/Sensus, em 2007, 67,6% dos brasileiros nunca tinham ouvido falar da TV Pública lançada em dezembro de 2007 e somente 9,8% dos entrevistados disseram ter acompanhado as discussões que envolveram o seu processo de criação. Além disso, a programação não tinha sido substancialmente modificada, portanto, o telespectador não conseguia distinguir a diferença entre a antiga TVE e a nova emissora.

Em entrevista à autora deste trabalho o Prof. Dr Hayleno Hossoé, que desenvolveu sua tese de doutorado, sobre a TV Brasil, intitulada *A política de reordenação do sistema público de TV brasileiro e o processo de implementação da TV Brasil*⁵⁵, ressalta justamente esse aspecto:

Você vê que a TV Brasil entrou no ar em 2/12/2007, junto com o sistema de TV digital, mas ninguém sabia da sua criação, ela não foi amplamente divulgada, ela não teve a visibilidade, nem sequer a visibilidade que teve o sistema de TV digital. Então muita gente nem pôde perceber, na verdade, qual foi a diferença, assim, o público de maneira geral não percebeu em princípio a diferença entre a TVE, ou seja, a TV educativa e a nova TV Brasil. A não ser por algumas vinhetas que modificaram, mas a programação era praticamente a mesma da TV educativa (HOSSOÉ, 2013)⁵⁶.

⁵⁵ Tese defendida em 2012, no Programa de Pós Graduação em Políticas Públicas da Universidade Federal do Maranhão.

⁵⁶ HOSSOÉ, H. Entrevista concedida à autora via skype em 28/05/2013. (Ver anexo II)

Alberto Dines, no programa Observatório de Imprensa, exibido em 16/10/2007, realizou uma comparação entre o impacto das transmissões digitais e a existência de uma nova rede pública:

A TV digital constitui um avanço tecnológico com evidentes desdobramentos sociais, mas a rede pública de TV marca uma alteração substantiva e institucional na mídia eletrônica porque consolida uma alternativa à TV privada. Isso equivale a uma revolução (DINES, 2007, s/p)⁵⁷.

O mencionado programa contou com a presença de Tereza Cruvinel, naquele momento presidente da futura TV Brasil, que falou sobre os desafios da nova emissora de televisão pública. E um deles, destacado por ela, consistia na reunião das diferentes emissoras do campo público, além das dificuldades da discussão e avanço dos canais públicos em um cenário dominado, desde o surgimento da televisão, por emissoras privadas.

Tereza Cruvinel afirmou que a *TV Brasil* não pretende competir com a programação, o alcance nem na audiência TVs comerciais, mas sim preencher as lacunas. O foco seria cobrir com maior ênfase educação, cultura e informação e mostrar a diversidade do país: "Nosso maior ativo são nossas diversidades, tanto biológica quanto cultural", disse. Outra proposta da nova TV pública seria abrir mais espaço para o debate de questões nacionais (DINIZ, 2007, s/p).

A expectativa, com a criação da TV Brasil, era construção de uma emissora que se constituísse como uma alternativa às televisões comerciais, com mais meio século de domínio no cenário brasileiro. Além disso, a intenção não foi só a institucionalização da TV pública, mas também construir uma rede nacional que garantisse a sua presença em todo o território brasileiro.

Por isso, o projeto da TV pública, reconheceu Franklin Martins, deu especial atenção à construção da rede nacional. A TV Brasil busca, agora, transformar-se na Rede Brasil de Televisão, presente inicialmente em 22 unidades da federação. Para a criação da rede, foi constituído um Comitê de Rede das emissoras, do qual participam estações oficiais de governos aliados e de oposição (AGUIAR, 2012, p. 201).

A partir destes e outros aspectos que foram discutidos até o momento se dará nos itens a seguir a análise da TV Brasil, levando em conta sua estrutura, financiamento e modelo de gestão. Buscar-se-á compreender sua composição e a partir daí evidenciar ou não seu caráter de emissora pública.

⁵⁷ Retirado de DINIZ, 2013

4.2. TV Brasil: Características e análise

4.2.1. Estrutura do sistema

A Carta de Brasília, resultado do I Fórum Nacional de TVs Públicas, tem como uma de suas determinações que a “TV Pública deve estar ao alcance de todos os cidadãos e cidadãs” (CARTA DE BRASÍLIA, 2007, s/p). Essa afirmação dos participantes do fórum permite a observação de que este princípio sugere que a TV pública só será capaz de cumprir sua função, no contexto de complementaridade do sistema, se dispuser de uma estrutura técnica adequada para levar seu sinal ao menos aos municípios com maior densidade populacional (cf. HOSSOÉ, 2012, p.125).

A UNESCO no relatório de 2001, intitulado *La radio y televisión pública: ¿Por qué? ¿Cómo?*, apontou que um dos três princípios da radiodifusão pública é a universalidade, ou seja, a televisão pública e o rádio devem chegar a todos os cidadãos, independente da região na qual ele se localiza e das condições econômicas.

Es un objetivo profundamente igualitario y democrático en la medida en que pone al conjunto de los ciudadanos en pie de igualdad independientemente de su condición o de sus ingresos. Impone al servicio público la obligación de dirigirse al conjunto de la población y de procurar ser “utilizado” por el mayor número posible de ciudadanos. Este principio no significa, como ocurre con las emisoras de radio y televisión comerciales, que la radio y televisión pública deba tratar de alcanzar en todo momento el máximo de audiencia, sino más bien que se preocupe de lograr que el conjunto de su programación resulte accesible al conjunto de la población (UNESCO, 2001, p.13).

A igualdade de acesso não se resume somente em questões técnicas, mas também na capacidade de todos compreenderem e seguirem a programação oferecida. Bucci, Chiaretti e Fiorini (2012), no livro *Indicadores de qualidade nas emissoras públicas – uma avaliação contemporânea*, apontam a cobertura geográfica como um dos indicadores a ser levado em conta na avaliação de uma emissora pública. Segundo os autores, nesse quesito, é fundamental que a emissora devolva a cada comunidade da qual recebe recurso, um serviço útil, se sentindo representada na programação (cf. BUCCI; CHIARETTI; FIORINI, 2012, p. 28).

A TV Brasil iniciou suas transmissões primeiramente no Distrito Federal, Rio de Janeiro, São Luís do Maranhão e São Paulo, sendo que no último, a transmissão era por meio da televisão digital. Segundo Wilson Tosta, em matéria publicada no jornal *O Estado de S.*

Paulo, em novembro de 2008⁵⁸, a TV Brasil, por meio de seu sinal aberto, chegava a menos de 1% das cidades, ou seja, 52 dos 5.564 municípios brasileiros, atingindo a maioria do território nacional por meio de parabólica. Em 2009 houve um considerável avanço no alcance do sinal da emissora.

Atualmente, a TV Brasil pode ser sintonizada em três modos diferentes: parabólica, canais abertos, TV por assinatura e também no exterior. Eduardo Castro, ao ser perguntado sobre a importância da TV Brasil no mercado de televisão nacional, ressalta:

Para o mercado de televisão nacional hoje em dia a TV Brasil tem uma rede maior que a REDE TV, na verdade não é a rede da TV Brasil, é a rede pública que é captaneada pela TV Brasil por força da lei. Ela tem 55 geradoras, ela está em 96% dos cabos, a lei diz que tem que ser 100%, mas é um processo, ela chega em banda C... a quem tem parabólica, já estamos em 65 países e estamos chegando rapidamente a 80, já 80 países pela TV Brasil internacional, chegando aos brasileiros que moram fora do Brasil (CASTRO, 2013).

O sinal da emissora é transmitido em antena parabólica para todo o país que para tanto deve sintonizar no satélite C-2. No caso da parabólica analógica, na Freq. 3750, banda L – 1.400 e polarização horizontal. Já na parabólica digital a sintonização deve ser realizada através do Satélite C-2, Freq. 3656, Banda L – 1494, polarização vertical e *Symbol Rate*: 3930 – FEC: $\frac{3}{4}$.

⁵⁸ TOSTA, W. TV Brasil atinge menos de 1% do país. Disponível em: http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/o_estado_de_s_paulo_37242 Acesso em 20/04/2013

Figura 1: Abrangência do sinal da TV Brasil em Antena Parabólica



Figura elaborada a partir de dados oficiais disponíveis no site da TV Brasil 16 de junho de 2013

A transmissão da TV Brasil em canal aberto, de sua criação até os dias atuais, teve um aumento. Anteriormente somente as cidades do Rio⁵⁹, São Paulo⁶⁰, Brasília⁶¹ e São Luís⁶² transmitiam a programação da TV Brasil nessa modalidade. Hoje, de acordo com as informações disponíveis no site da emissora⁶³, além desses já citados, mais sete cidades possuem um canal aberto da TV Brasil: Cabo Frio⁶⁴ (RJ), Campos dos Goytacazes⁶⁵ (RJ), Macaé⁶⁶ (RJ), Belo Horizonte⁶⁷ (MG), Juiz de Fora⁶⁸ (MG), Tabatinga⁶⁹ (AM) e Porto

⁵⁹ Analógico – Canal 2 e 32; Digital – Canal 41

⁶⁰ Analógico – Canal 62; Digital - Canal 63

⁶¹ Analógico – Canal 2; Digital – Canal 15

⁶² Analógico – Canal 2

⁶³ <http://tvbrasil.ebc.com.br/comosintonizar>

⁶⁴ Canal 44

⁶⁵ Canal 47

⁶⁶ Canal 9

⁶⁷ Digital – Canal 65

⁶⁸ Canal 51

⁶⁹ Canal 19

Alegre⁷⁰ (RS). O total de cidades que possuem a TV Brasil na televisão aberta é muito pequeno se comparado ao número de municípios existentes no país bem como no alcance das televisões comerciais, que estão presentes em praticamente todo território nacional.

Além dos canais abertos, a TV Brasil também é retransmitida por emissoras educativas locais, no total são 34 retransmissoras espalhadas por diferentes cidades do país: TVE do Acre⁷¹, TV Cultura do Amazonas⁷², TVE de Alagoas⁷³, TVE da Bahia⁷⁴, TV Ceará⁷⁵, TVE do Espírito Santo⁷⁶, TV UFG/GO⁷⁷, Rede Minas/MG⁷⁸, TV Brasil Pantanal/MS⁷⁹, TVU do Mato Grosso⁸⁰, TV Cultura do Pará⁸¹, TVU da Paraíba⁸², TVU de Pernambuco⁸³, TV Pernambuco⁸⁴, TV Antares/PI⁸⁵, TVU do Rio Grande do Norte⁸⁶, TVU de Roraima⁸⁷, TVE do Rio Grande do Sul⁸⁸, TV Aperipê/SE⁸⁹, Redesat/TO⁹⁰, ARTV (Araranguá)/SC⁹¹, ARTV (Criciúma)/SC⁹², STZTV (Sertãozinho)/SP⁹³, TV Beltrão (Francisco Beltrão)/PR⁹⁴, TV Serrana Botucatu/SP⁹⁵, TV Educativa São Carlos/SP⁹⁶, TV Reeducar (São José dos Campos)/SP⁹⁷, TV dos Trabalhadores (TVT – Mogi das Cruzes)/SP⁹⁸, TV Tupi Paulista/SP⁹⁹, TV Unifev (Votuporanga)/SP¹⁰⁰, TV Thati (Ribeirão Preto)/SP¹⁰¹, TV de Ibitinga/SP¹⁰², TV

⁷⁰ Digital – Canal 65

⁷¹ Canal 2

⁷² Canal 2

⁷³ Canal 3

⁷⁴ Canal 2

⁷⁵ Canal 5

⁷⁶ Canal 2

⁷⁷ Canal 14

⁷⁸ Canal 9

⁷⁹ Canal 4

⁸⁰ Canal 2

⁸¹ Canal 2

⁸² Canal 43

⁸³ Canal 11

⁸⁴ Canal 12

⁸⁵ Canal 2

⁸⁶ Canal 5

⁸⁷ Canal 2

⁸⁸ Canal 7

⁸⁹ Canal 2

⁹⁰ Canal 13

⁹¹ Canal 5

⁹² Canal 51

⁹³ Canal 59

⁹⁴ Canal 13

⁹⁵ Canal 55

⁹⁶ Canal 48

⁹⁷ Analógico – Canal 11; Digital – Canal 40

⁹⁸ Canal 46

⁹⁹ Canal 50

¹⁰⁰ Canal 55

¹⁰¹ Canal 33

¹⁰² Canal 19

do Mogi Guaçu/SP¹⁰³ e a TV Rede Paulista (Jundiaí)/SP¹⁰⁴. Como pode observar no gráfico, a maioria dos estados possui uma emissora local que retransmite a programação da TV Brasil, os dados disponibilizados evidenciam que dois estados, Rondônia e Amapá, ainda não possuem nenhuma retransmissora nem um canal aberto da TV Brasil.

Esse fato demonstra o acesso restrito da população nestas localidades, já que só pode ser realizado por quem possui alguma TV por assinatura, com operadora que transmite o sinal da TV Brasil ou por meio de antena parabólica.

Gráfico 1: Número de Retransmissoras e Canais Abertos da TV Brasil

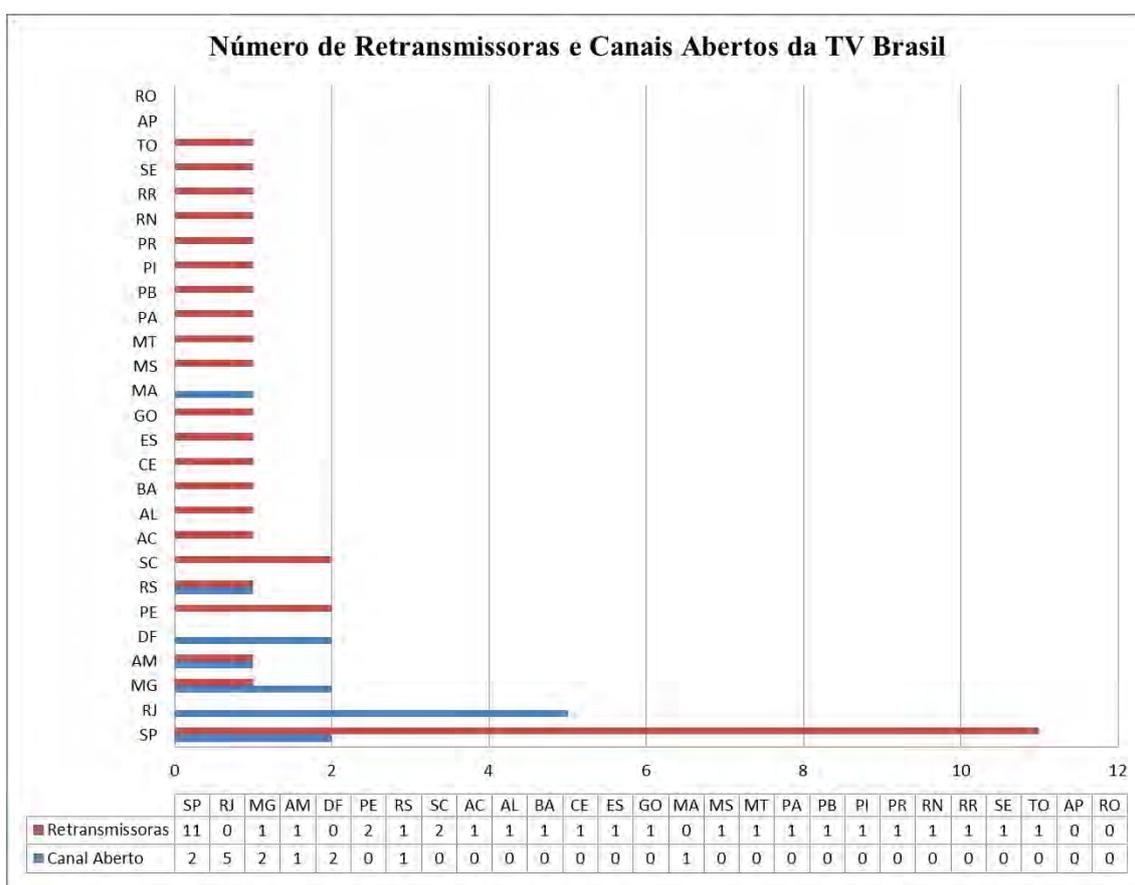


Gráfico elaborado a partir de dados oficiais disponíveis no site da TV Brasil no dia 16 de junho de 2013

¹⁰³ Canal 9

¹⁰⁴ Canal 14

O Art. 29 da lei 11.652, responsável pela criação da EBC, determina que as prestadoras de serviços de televisão por assinatura são obrigadas a ofertar não só a programação da TV Brasil, mas também do Senado Federal, Câmara dos Deputados, Supremo Tribunal Federal e emissora oficial do Poder Executivo.

O Plano de Trabalho da EBC para o ano de 2013 aponta que houve um crescimento na presença do sinal da TV Brasil. Em 2011, atingia 10,9 milhões de assinantes, ou seja, 92,3%. Em 2012, o número cresceu, com 96% dos 15,5 milhões de assinantes apurados, demonstrando um aumento potencial de domicílios e receptores com o sinal da TV Brasil. Nas empresas Sky, OI e Claro TV, a programação da TV Brasil é transmitida respectivamente nos canais 166, 20 e 124. Além disso, é oferecida pela OI, nas cidades de Barbacena¹⁰⁵, Belo Horizonte¹⁰⁶, Poços de Caldas¹⁰⁷ e Uberlândia¹⁰⁸, a possibilidade de acesso ao sinal analógico e digital.

¹⁰⁵ Canal 13

¹⁰⁶ Canal 900

¹⁰⁷ Canal 7

¹⁰⁸ Canal 13

Figura 2: Abrangência do sinal da TV Brasil: Sky, OI e Claro TV

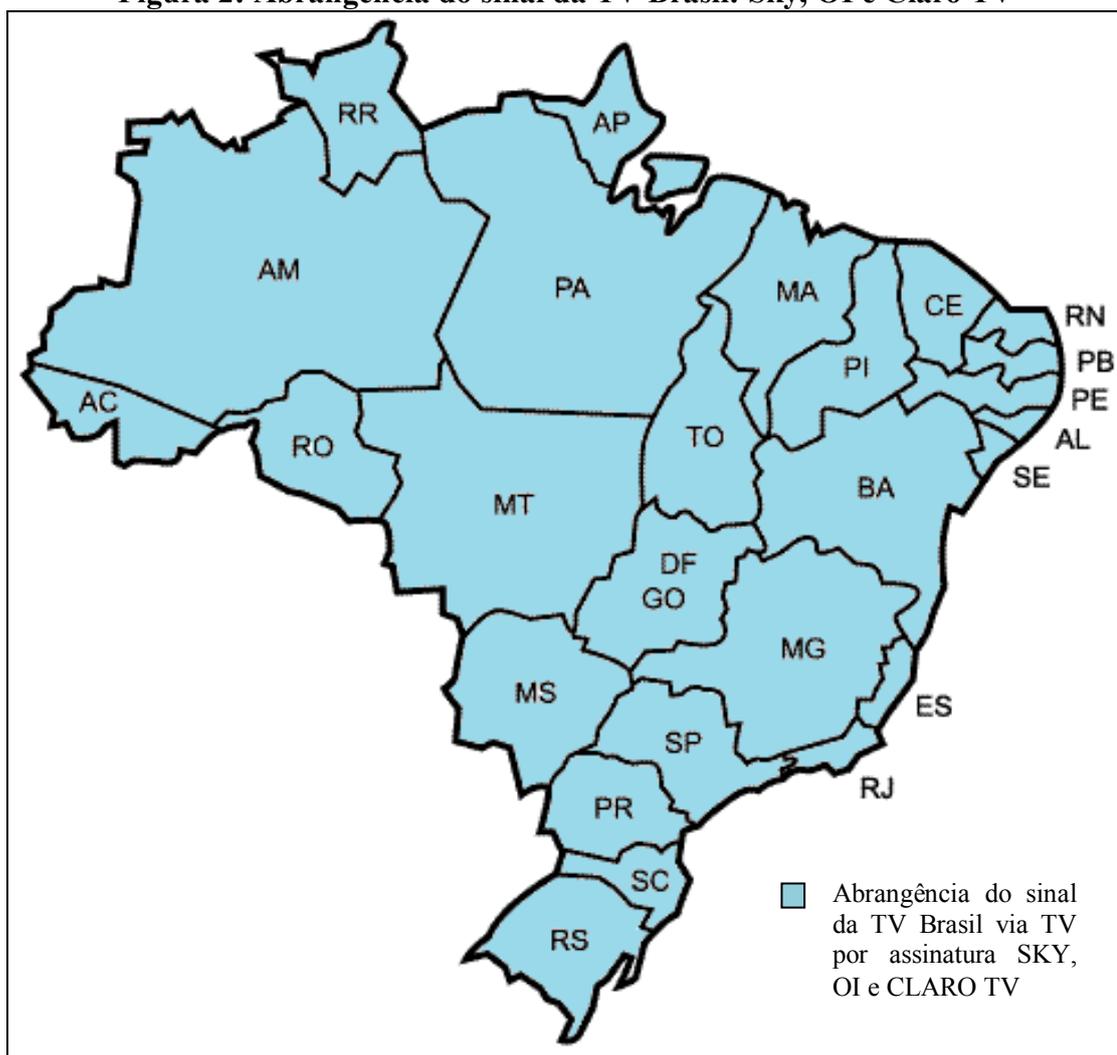


Figura elaborada a partir de dados oficiais disponíveis no site da TV Brasil no dia 16 de junho de 2013

A cobertura da NET abrange algumas cidades do país, representadas no mapa pelos estados¹⁰⁹ aos quais elas pertencem.

¹⁰⁹ Optou-se por destacar os estados por efeito de visualização, já que o grande número de cidades com cobertura em determinados estados poderia deixar a figura confusa.

Figura 3: Abrangência do sinal da TV Brasil: NET

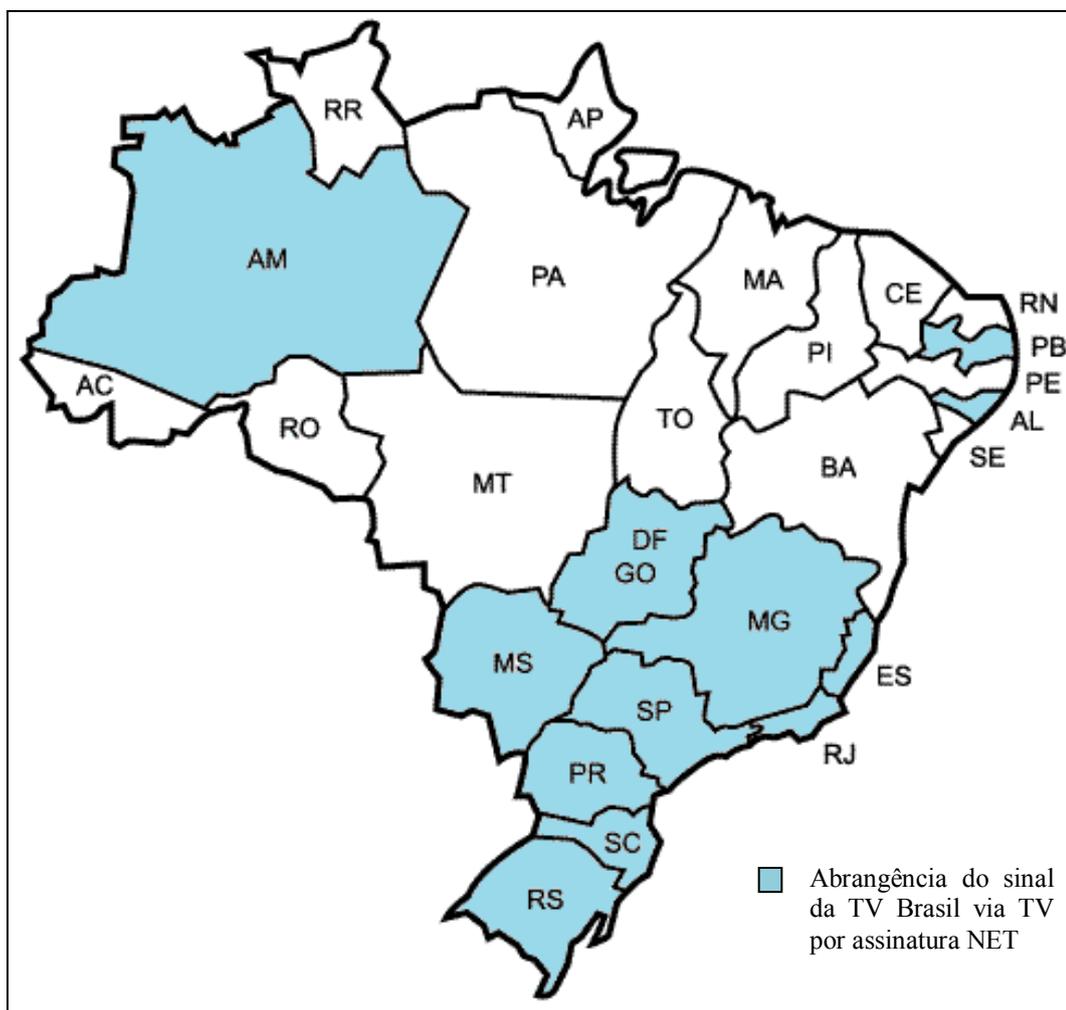


Figura elaborada a partir de dados oficiais disponíveis no site da TV Brasil no dia 16 de junho de 2013

Através dessa operadora, o sinal da TV Brasil está presente nas seguintes cidades: Americana¹¹⁰, Anápolis¹¹¹, Araçatuba¹¹², Arapongas¹¹³, Araraquara¹¹⁴, Araras¹¹⁵, Bagé¹¹⁶, Barra Mansa¹¹⁷, Bauru¹¹⁸, Belo Horizonte¹¹⁹, Blumenau¹²⁰, Botucatu¹²¹, Brasília¹²², Caçapava¹²³, Campinas e Agregadas¹²⁴, Campo Grande¹²⁵, Chapecó¹²⁶, Cruz Alta¹²⁷,

¹¹⁰ Digital – Canal 5

¹¹¹ Canal 19 (digital / analógico)

¹¹² Digital – Canal 3

¹¹³ Analógico – Canal 13

¹¹⁴ Digital – Canal 3

¹¹⁵ Digital – Canal 5

¹¹⁶ Analógico – Canal 9

¹¹⁷ Analógico – Canal 13

¹¹⁸ Digital / Analógico – Canal 23

Cubatão¹²⁸, Curitiba¹²⁹, Diadema¹³⁰, Erechim¹³¹, Florianópolis¹³², Franca¹³³, Goiânia¹³⁴, Guarujá¹³⁵, Guarulhos¹³⁶, Hortolândia¹³⁷, Indaiatuba¹³⁸, Itú¹³⁹, Jaú¹⁴⁰, João Pessoa¹⁴¹, Joinville¹⁴², Jundiaí¹⁴³, Lajeado¹⁴⁴, Limeira¹⁴⁵, Londrina¹⁴⁶, Maceió¹⁴⁷, Manaus¹⁴⁸, Marília¹⁴⁹, Maringá¹⁵⁰, Mauá¹⁵¹, Mogi das Cruzes¹⁵², Mogi Guaçu¹⁵³, Mogi-Mirim¹⁵⁴, Passo Fundo¹⁵⁵, Pelotas¹⁵⁶, Pindamonhangaba¹⁵⁷, Piracicaba¹⁵⁸, Porto Alegre¹⁵⁹, Praia Grande¹⁶⁰, Resende¹⁶¹, Ribeirão Preto¹⁶², Rio Claro¹⁶³, Rio de Janeiro¹⁶⁴, Santa Bárbara D'Oeste¹⁶⁵, Santa

-
- ¹¹⁹ Digital – Canal 3
¹²⁰ Digital – Canal 28
¹²¹ Analógico – Canal 96
¹²² Digital – Canal 16
¹²³ Digital – Canal 22
¹²⁴ Digital – Canal 5
¹²⁵ Digital / Analógico – Canal 15
¹²⁶ Analógico – Canal 29
¹²⁷ Analógico – Canal 29
¹²⁸ Digital – Canal 4
¹²⁹ Digital – Canal 3
¹³⁰ Digital – Canal 4
¹³¹ Analógico – Canal 29
¹³² Digital – Canal 2
¹³³ Digital – Canal 3
¹³⁴ Digital – Canal 11
¹³⁵ Digital – Canal 4
¹³⁶ Digital – Canal 4
¹³⁷ Digital – Canal 5
¹³⁸ Digital – Canal 5
¹³⁹ Digital – Canal 5
¹⁴⁰ Analógico – Canal 98
¹⁴¹ Digital – Canal 28
¹⁴² Digital – Canal 15
¹⁴³ Digital – Canal 5
¹⁴⁴ Analógico – Canal 29
¹⁴⁵ Digital – Canal 5
¹⁴⁶ Digital – Canal 9
¹⁴⁷ Digital – Canal 6
¹⁴⁸ Digital – Canal 4
¹⁴⁹ Digital – Canal 3
¹⁵⁰ Digital – Canal 14
¹⁵¹ Digital – Canal 4
¹⁵² Digital – Canal 4
¹⁵³ Digital – Canal 5
¹⁵⁴ Digital – Canal 5
¹⁵⁵ Digital – Canal 2 Analógico – Canal 23
¹⁵⁶ Digital / Analógico – Canal 2
¹⁵⁷ Digital – Canal 22
¹⁵⁸ Digital / Analógico – Canal 21
¹⁵⁹ Digital – Canal 3
¹⁶⁰ Digital – Canal 4
¹⁶¹ Analógico – Canal 13
¹⁶² Digital – Canal 4
¹⁶³ Digital – Canal 5
¹⁶⁴ Digital – Canal 18
¹⁶⁵ Digital – Canal 5

Cruz do Sul¹⁶⁶, Santo André¹⁶⁷, Santos e Baixada¹⁶⁸, São Bernardo do Campo¹⁶⁹, São Caetano do Sul¹⁷⁰, São Carlos¹⁷¹, São José do Rio Preto¹⁷², São José dos Campos¹⁷³, São Paulo (ABCDM)¹⁷⁴, São Vicente¹⁷⁵, Sertãozinho¹⁷⁶, Sorocaba¹⁷⁷, Sumaré¹⁷⁸, Taubaté¹⁷⁹, Uruguaiana¹⁸⁰, Valinhos¹⁸¹, Vila Velha¹⁸², Vitória¹⁸³. O número de cidades com a cobertura da TV Brasil nesta operadora é significativo, estendendo-se pela maioria das regiões no país. No entanto, a sua oferta de sinal, ao mesmo tempo em que observa o aumento da amplitude do seu alcance, não garante suficientemente a manutenção de sua qualidade técnica.

A VIVO TV possui uma situação diferente, o sinal da TV Brasil está presente somente em algumas cidades, não atingindo a grande maioria do território nacional, como pode ser observado na figura a seguir:

¹⁶⁶ Analógico – Canal 29

¹⁶⁷ Digital – Canal 4

¹⁶⁸ Digital – Canal 4

¹⁶⁹ Digital – Canal 4

¹⁷⁰ Digital – Canal 4

¹⁷¹ Digital – Canal 11

¹⁷² Digital – Canal 3 Analógico – Canal 24

¹⁷³ Digital – Canal 22

¹⁷⁴ Digital – Canal 4

¹⁷⁵ Digital – Canal 4

¹⁷⁶ Analógico – Canal 96

¹⁷⁷ Digital – Canal 22

¹⁷⁸ Digital – Canal 5

¹⁷⁹ Digital – Canal 22

¹⁸⁰ Analógico – Canal 29

¹⁸¹ Digital – Canal 5

¹⁸² Digital – Canal 4

¹⁸³ Digital – Canal 4

Figura 4: Abrangência do sinal da TV Brasil: VIVO TV

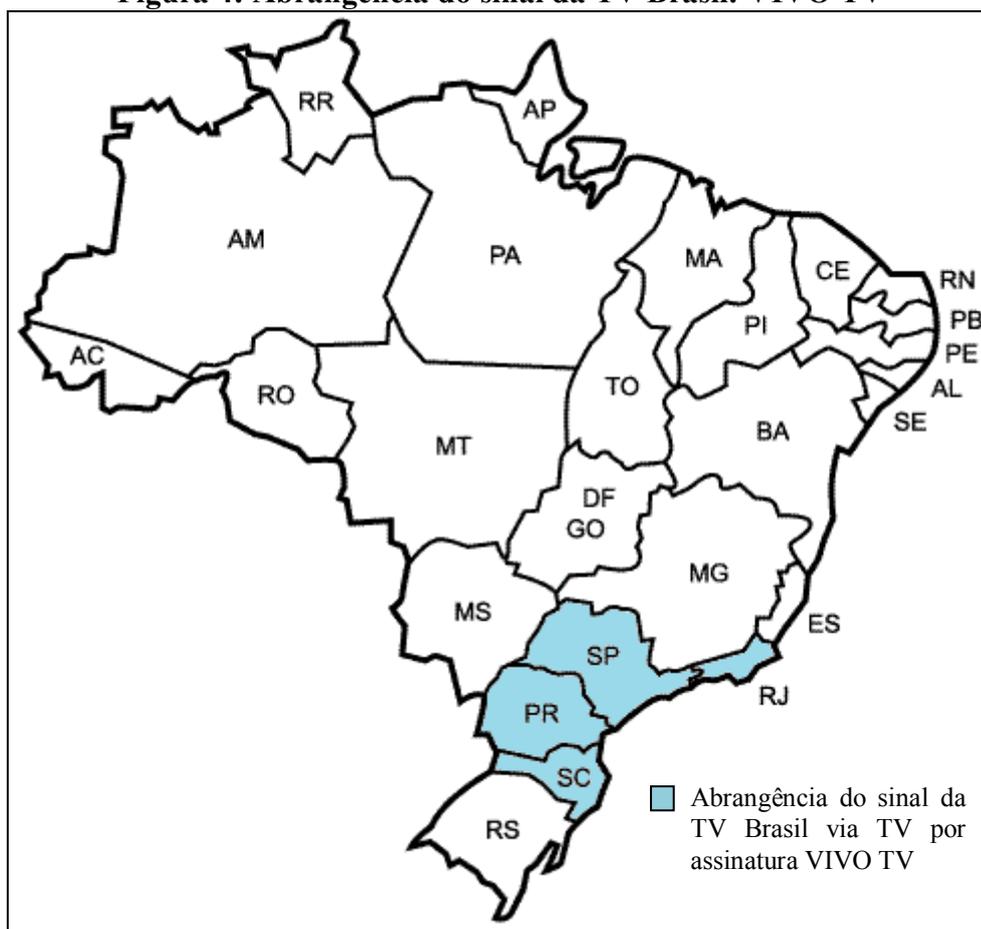


Figura elaborada a partir de dados oficiais disponíveis no site da TV Brasil no dia 16 de junho de 2013

As cidades que compreendem o sinal da TV Brasil na operadora VIVO TV são as seguintes: Balneário Camboriú¹⁸⁴, Curitiba¹⁸⁵, Florianópolis¹⁸⁶, Rio de Janeiro¹⁸⁷, São Paulo¹⁸⁸ – canal 695 (digital) (DTH), São Paulo¹⁸⁹. Esta se constitui como a que possui o menor número de cidades que contam com a transmissão de sinal da TV Brasil.

A preocupação com a análise da distribuição do sinal da TV Brasil, bem como com a sua estrutura, se faz presente, pois este é um elemento determinante do alcance e da oferta de

¹⁸⁴ Analógico – Canal 6

¹⁸⁵ Analógico – Canal 9 Digital – Canal 181

¹⁸⁶ Analógico – Canal 23

¹⁸⁷ Digital – Canal 181

¹⁸⁸ Digital – Canal 695 (DTH)

¹⁸⁹ Analógico – Canal 96 Digital – Canal 181

seu conteúdo. Segundo o relatório anual de 2012 da Ouvidoria da EBC¹⁹⁰, ocorreram 2298 manifestações referentes à TV Brasil. De acordo com ele, um dos assuntos mais demandados durante o ano de 2012 foi a transmissão do sinal da TV Brasil.

Telespectadores de diversas regiões detalharam, em suas manifestações, o nível das dificuldades para sintonizar o canal, atuando até mesmo de forma colaborativa no sentido de verificar, em suas localidades, como a vizinhança estava recebendo a transmissão, avisando-nos das alterações e eventuais melhorias, contribuindo desta forma para o monitoramento da Engenharia (OUVIDORIA EBC, 2012, p.20).

Muitos telespectadores relataram problemas no acesso ao sinal da TV Brasil. No primeiro trimestre de 2013, de acordo com o Relatório Trimestral da Ouvidoria¹⁹¹, ocorreram 777 manifestações, sendo 207 reclamações. Dessas, 72 ocorreram por fatores de ordem técnica, ou seja: qualidade do sinal, volume, som e imagem; baixo volume do áudio; problemas de transmissão; ausência de sinal; dificuldades de sintonizar o canal; e interrupção do sinal. Assim, observa-se que a TV Brasil ainda enfrenta problemas em sua transmissão, refletindo de forma negativa não só na expansão da emissora, que deveria estar presente em todo o território nacional, mas também nos índices de baixa audiência.

A transmissão via televisão digital é um avanço significativo. Contudo, o sinal da TV digital ainda não está presente por todo território nacional, atingindo apenas 46% dos brasileiros, de acordo com os dados atualizados em 2012¹⁹². A digitalização do sinal implica no aumento de investimentos no setor tecnológico. Segundo o documento *Televisão – Diretrizes de Conteúdo* (2013)¹⁹³, da EBC:

Por restrições orçamentárias e limitações tecnológicas não é possível realizar a transição completa e simultânea do padrão analógico para o digital HD em todos os setores onde os sinais das emissoras de televisão da TV Brasil trafegam. Por esse motivo, a estratégia traçada pela área de operações e engenharia foi de atuar de forma setorial e gradativa, desde 2010 (EBC, 2013b, p.20).

¹⁹⁰ Disponível em http://www.ebc.com.br/sites/default/files/relatorio_de_atividades_ouvidoria_da_ebc_-_versao_3.pdf Acesso em 20/04/2013

¹⁹¹ Disponível em http://www.ebc.com.br/sites/default/files/relatorio_de_atividades_ouvidoria_da_ebc_-_trimestral_-_portal.pdf Acesso em 20/05/2013

¹⁹² Disponível em <http://www.dtv.org.br/theoffice/wp-content/uploads/2012/04/Resumo-dos-dados-sobre-TV-digital.pdf> Acesso em 12/10/2012

¹⁹³ Disponível em http://www.conselhocrador.ebc.com.br/sites/_conselhocrador/files/files/TELEVIS%C3%83%C6%92O%20-%20%20DIRETRIZES%20DE%20CONTE%C3%83%C5%A1DO%20DO%20PLANO%20DE%20TRABALHO%202013.pdf Acesso em 20/05/2013

Além disso, para que o conteúdo digital chegue ao seu destino sem perder a qualidade é necessário que toda a cadeia tenha o mesmo padrão. Assim, a TV Brasil, juntamente com a EBC, deve imprimir esforços para que suas retransmissoras consigam manter um padrão de qualidade na transmissão desse sinal.

Todas as emissoras de televisão passam ou passaram pelo período de transição analógico-digital. A transição do padrão analógico para o digital HD é fato determinante para a redução da qualidade do sinal da EBC no momento. Esse fato é notoriamente identificado pelo telespectador, ao trocar de canal, momento em que percebe, comparativamente, a diferença de qualidade de sinal entre as emissoras da EBC e as demais emissoras. O efeito é cada vez mais presente considerando que a qualidade atual dos televisores domésticos de tela plana é muito alta (EBC, 2013b, p.20).

A ausência de uma estrutura técnica adequada pode ser apontada como uma das principais dificuldades de expansão e qualidade no sinal da emissora. Entre os problemas, destacam-se a falta de equipamentos de ponta, já que muitos foram herdados das emissoras anteriores (TVE e TV Nacional), além disso, o orçamento restrito não permite que estes sejam renovados, prejudicando também na expansão do canal. A superação destas dificuldades bem como a melhoria na transmissão do sinal da TV Brasil será possível a partir da constante modernização dos equipamentos de transmissão, retransmissão e cobertura do sinal. Segundo Richeri (1994), “a distribuição é, em geral, uma atividade de alta intensidade de capital que exige muitos recursos tanto para sua implantação quanto para sua gestão, e que permite realizar fortes economias de escala” (RICHERI, 1994). Portanto, a distribuição do sinal da TV Brasil não está restrita somente a questões de ordens tecnológicas ou técnicas, mas também orçamentárias, demandando grandes investimentos no setor.

4.2.2. Modelo de Financiamento

O financiamento constitui uma das questões mais delicadas de uma televisão que se pretende pública. As discussões nele envolvidas não abordam somente questões econômicas, mas também estão ligadas à dependência ou independência do Estado e do mercado (BUCCI; CHIARETTI; FIORINI, 2012; MIOLA, 2008). Assim, para manter sua independência e seu sustento, uma televisão deve possuir dotações orçamentárias provenientes de diferentes fontes.

Nas experiências das TVs públicas existentes no mundo, foram adotadas basicamente três modelos de financiamentos principais: exploração comercial baseada na arrecadação de

anúncios publicitários pagos em troca da atenção do público assegurada pela emissora, modelo observado nos Estados Unidos e América Latina; exploração dos meios públicos sustentados por diferentes tipos de receitas, como licença paga pelos cidadãos, verbas orçamentárias e vendas de produtos e serviços, modelo adotado na Europa, Japão, Canadá e Austrália; e financiamento direto e exclusivo dos meios públicos em monopólios, este último foi implantado na antiga União Soviética (cf. VALENTE, 2009, p.152).

Miola (2009) ressalta que as principais formas de financiamento das empresas de radiodifusão pública incluem: financiamento do governo, cobranças de taxas de licença (*license fee*), publicidade e contribuições voluntárias. Segundo aponta a autora, o financiamento do governo é destacado como uma das causas da falta de autonomia das emissoras públicas brasileiras, visto que elas podem ser submetidas aos mandos e vontades do Estado.

O *license fee* é tido como uma das melhores formas de financiamento, pois distancia as empresas de radiodifusão das ingerências do mercado e do governo, além disso, cria uma relação direta do difusor com seu público, ou seja, os cidadãos (UNESCO, 2001). Um dos pontos negativos desta modalidade é que a mesma possui um caráter regressivo, pesando para os cidadãos mais pobres. Ademais, as verbas provenientes dessas taxas não são suficientes para o financiamento adequado das operações das emissoras (cf. MIOLA, 2009, p.54).

O financiamento por publicidade não se constitui como um dos melhores modelos, visto que o mesmo pode levar uma emissora pública assumir outras características não condizentes com sua missão e objetivo. Uma televisão pública busca ser livre para constituir sua programação e atender o seu público em suas demandas. Segundo Blumler (1993), o financiamento por publicidade costuma priorizar a satisfação imediata do maior número possível da audiência, e os recursos são destinados aos programas que possuem uma estreita relação com o poder de captação da audiência, quanto maiores os índices, mais recursos são repassados a eles. Ainda segundo o autor, a publicidade na televisão pública é um veneno sem antídoto conhecido.

Algumas televisões públicas como a RTP de Portugal e a TVN do Chile assumiram essa forma de financiamento. Ambas tiveram sucesso após a abertura do sistema de radiodifusão ao mercado. Contudo, este êxito é passível de questionamento, mesmo com uma programação comercial, as televisões não deixaram de ser um serviço público de radiodifusão.

As contribuições voluntárias também são uma forma de financiamento para uma televisão pública. A PBS, dos Estados Unidos, tem parte significativa da sua renda vinda de doações dos espectadores e empresas privadas. Apesar de seu sucesso, essa estratégia possui pelo menos dois pontos negativos: as emissoras ficam dependentes da boa vontade do público, que pode não corresponder às expectativas, e o volume de arrecadações pode ser influenciado de acordo com a situação econômica do país.

A Carta de Brasília (2007) determina que a televisão pública deve ser independente e autônoma em relação a governos e ao mercado. O seu financiamento deve ter origem em fontes múltiplas, bem como contar com a participação significativa de orçamentos públicos. Portanto, os seus recursos podem até ser de origem pública, no entanto, a televisão pública não deve se sujeitar ao governo, tampouco às condições do mercado publicitário.

A lei 11.652, que autoriza o governo a instituir a EBC, definiu, em seu Art. 11, que os seus recursos seriam provenientes de diversas receitas¹⁹⁴

Assim, observam-se três fontes principais de recursos: dotações orçamentárias da União, não contingenciáveis; exploração de serviços; e licenciamento de produtos. Fica vedada, de acordo com a lei, a veiculação de anúncios de produtos ou serviços. Sendo admitidos o apoio cultural, definido por lei como o pagamento de custos relativos à produção de programação ou de um programa específico, desse modo, a entidade apoiadora do programa pode ser citada; o patrocínio de programas, eventos, etc.; e a distribuição de publicidade legal dos órgãos e entidades da administração pública federal.

A proibição da veiculação da publicidade na TV Brasil não existe somente para evitar que a emissora entre em uma corrida desenfreada pela audiência, mas também contribui para a manutenção da exclusividade das receitas publicitárias pelas TVs comerciais, que continuam concentrando a maior parte das verbas publicitárias do país.

¹⁹⁴ I - de dotações orçamentárias; II - da exploração dos serviços de radiodifusão pública de que trata esta Lei; III - no mínimo, de 75% (setenta e cinco por cento) da arrecadação da contribuição instituída no art. 32 desta Lei; IV - de prestação de serviços a entes públicos ou privados, da distribuição de conteúdo, modelos de programação, licenciamento de marcas e produtos e outras atividades inerentes à comunicação; V - de doações, legados, subvenções e outros recursos que lhe forem destinados por pessoas físicas ou jurídicas de direito público ou privado; VI - de apoio cultural de entidades de direito público e de direito privado, sob a forma de patrocínio de programas, eventos e projetos; VII - de publicidade institucional de entidades de direito público e de direito privado, vedada à veiculação de anúncios de produtos ou serviços; VIII - da distribuição da publicidade legal dos órgãos e entidades da administração pública federal, segundo o disposto no § 1º do art. 8º desta Lei; IX - de recursos obtidos nos sistemas instituídos pelas Leis nºs 8.313, de 23 de dezembro de 1991, 8.685, de 20 de julho de 1993, e 11.437, de 28 de dezembro de 2006; X - de recursos provenientes de acordos e convênios que realizar com entidades nacionais e internacionais, públicas ou privadas; XI - de rendimentos de aplicações financeiras que realizar; XII - de rendas provenientes de outras fontes, desde que não comprometam os princípios e objetivos da radiodifusão pública estabelecidos nesta Lei. (BRASIL, 2008)

No ano de 2007, foi destinado à TV Brasil um orçamento de R\$ 350 milhões. Para alguns, o valor foi considerado aquém das necessidades de uma nova emissora, que deveria investir maciçamente em infraestrutura e pessoal. Consequência disso, a cobertura do sinal foi precária e havia poucos transmissores próprios, como foi observado no item anterior. De acordo com o Plano de trabalho de 2012¹⁹⁵, a execução orçamentária da EBC, desde sua criação, teve um crescimento de 15% em relação ao último ano da Radiobrás. Ainda segundo o documento, o total orçado para o ano de 2011, sem os cortes que ocorreram ao longo do ano, foi de R\$492,16 milhões. O Plano de Trabalho de 2013¹⁹⁶ ressalta que o orçamento aprovado para o ano de 2012 foi de R\$466,3 milhões. O previsto para 2013, conforme os dados é de R\$533,5 milhões, ou seja, 14,4% maior do autorizado no ano anterior.

Na tabela abaixo pode ser visualizada a execução orçamentária da EBC do período de 2008 a 2012, juntamente com a Lei Orçamentária Anual¹⁹⁷ (LOA) para o ano de 2013.

Figura 7: Tabela da Execução Orçamentária de 2008 a 2012* e LOA de 2013
(em milhões de R\$)

Grupo de despesa	2008		2009		2010		2011		2012*		LOA 2013	
	R\$	(%)										
Pessoal	97,83	31%	136,62	34%	163,13	35%	173,87	41%	195,13	43%	211,33	42%
Custeio	94,9	30%	169,93	42%	210,36	45%	206,46	49%	213,24	47%	238,18	47%
Investimento	122	39%	95,22	24%	98,99	21%	44,46	10%	44,21	10%	58	11%
Total Geral	314,73	100%	401,77	100%	472,48	100%	424,79	100%	452,58	100%	507,51	100%

* Os valores apresentados se referem até o mês de dez/2012, podem sofrer alterações uma vez que o Sistema Integrado de Administração Financeira encontra-se aberto.

Fonte: Plano de Trabalho 2013 – EBC

A tabela demonstra que no ano de 2008 houve o maior número em investimentos, este foi caindo substancialmente ao longo dos anos. Em 2012 apenas 10% do orçamento foi utilizado para investimentos. Em 2013, o investimento é estimado em 11%.

Ao mesmo tempo em que os números relativos ao investimento diminuíram no período identificado, os gastos com pessoal passaram de 31%, em 2008, para 43%, em 2012, com estimativa de 42% para 2013. A justificativa para este aumento está na substituição de

¹⁹⁵ Disponível em http://memoria.ebc.com.br/ckfinder/userfiles/files/Plano_de_Trabalho_EBC_2012.pdf acesso em 20/05/2012 (não consta nas referências)

¹⁹⁶ EBC (2013a)

¹⁹⁷ Lei especial que contém a discriminação da receita e da despesa pública, de forma a evidenciar a política econômica financeira e o programa de trabalho do governo, obedecidos os princípios de unidade, universalidade e anualidade.

empregados temporários para os concursados. A realização do primeiro concurso da EBC incorporou no seu quadro 500 novos profissionais de diversas carreiras.

Eles estão assumindo progressivamente as atividades que, desde a constituição da Empresa, vinham sendo executadas provisoriamente por meio de contratos temporários. Isso inclui o Contrato de Gestão com a Associação de Comunicação Educativa Roquette-Pinto (ACERP), que geria os canais públicos do Rio de Janeiro e Maranhão, antes da criação da EBC, e que também deu suporte à estruturação da Regional de São Paulo. Tendo em vista o encerramento deste contrato em dezembro de 2013 e a extinção das vagas relacionadas com as funções comissionadas da Radiobrás, estamos prevendo o ingresso de outros 400 profissionais nos próximos dois anos (EBC, 2013a, p.14).

O índice de investimento é muito baixo, se comparado com os gastos com pessoal e custeio. No ano de 2013, dos R\$ 58 milhões destinados, R\$ 45 milhões estão relacionados para a área operacional, R\$26,5 milhões, para coproduções com aquisições de direitos patrimoniais em favor da EBC. A maior parte desses recursos está condicionada à entrada de recursos por meio de captação de receitas próprias (EBC, 2013a, p.15). Portanto, os valores ainda podem ser diminuídos, já que a empresa não tem como determinar com precisão os números que serão por ela captados.

Em 2011, o governo federal assume uma política de redução de gastos, segundo dados do Plano de Trabalho de 2012, a EBC acabou sofrendo um contingenciamento inicial de R\$ 73,76 milhões, sendo R\$ 43,7 milhões de investimentos e R\$ 30 milhões de custeio. Posteriormente, alguns desses recursos foram liberados e remanejados de investimento para custeio. Ao final, ocorreu um contingenciamento de R\$62 milhões, R\$12,9 milhões de custeio e R\$ 49,1 milhões de investimentos. Este fato evidencia quanto o orçamento da EBC ainda é dependente do governo federal e como são poucas as alternativas para a obtenção de verbas de um modo alternativo.

Gráfico 2: Fonte de Recursos EBC (2008 a 2012)



Fonte: Plano de Trabalho 2013 – EBC

O gráfico acima, demonstra que embora o crescimento das receitas próprias da EBC tenha aumentado em cada ano, esta ainda depende substancialmente do tesouro nacional, configurando uma dependência muito grande relativa à questão orçamentária.

Tabela 1: Receitas de Captação e Prestação de Serviços em 2012 (em R\$)

TIPO DE RECEITA (PRODUTO/SERVIÇO)	Total do Período
Apoio Institucional	11.800.000,00
Publicidade Legal	22.260.000,00
Mídia Impressa	8.375.000,00
Serviços Técnicos de TV e Áudio e Serviços de Radiodifusão	36.670.000,00
Outros Serviços (TV, Rádio e Internet)	475.000,00
Licenciamento	78.000,00
Total	79.658.000,00

Fonte: Plano de Trabalho 2013 – EBC

A tabela acima permite verificar que a EBC possui receitas de captação próprias. No entanto, uma boa parte do seu orçamento ainda é proveniente da União, o que gera uma situação de dependência. Nelson Breve, diretor presidente da EBC, em entrevista concedida à Folha/Uol¹⁹⁸ em 2011, ressalta que existe uma dependência orçamentária do Tesouro Nacional e um dos objetivos estratégicos é justamente a independência financeira, permitindo a empresa maior autonomia.

São quatro anos de existência. É um projeto que não é uma TV pública estadual ou uma TV pública municipal. É uma TV pública de âmbito nacional para formar uma rede pública de comunicação. Com independência sim, porque independência a lei nos deu, a independência editorial. E temos dependência sim, que é a dependência orçamentária do Tesouro Nacional. É um objetivo que nós temos, nós estamos com o planejamento estratégico em andamento, começou em, mais ou menos um mês, a Fundação Dom Cabral que está nos apoiando, olhando no horizonte de dez anos. Para olhar no horizonte de dez anos nós queremos ver se colocamos como objetivo estratégico a independência inclusive financeira (BREVE, 2011).

A fala de Breve demonstra que, em país no qual a iniciativa de construir uma televisão pública se deu após 50 anos do surgimento da televisão, há um percurso a ser seguido para que a EBC e, conseqüentemente, a TV Brasil consigam atingir autonomia perante o governo federal. A independência com relação principalmente ao governo se constitui como um dos principais quesitos de uma televisão que se pretende pública. Isso evidencia que ações com o intuito de promovê-la são de extrema relevância, principalmente a promoção de fontes alternativas de financiamento, que já estão previstas por lei, mas que, contudo, devem ser de fato consolidadas.

A Contribuição para o Fomento da Radiodifusão Pública seria uma forma interessante de orçamento alternativo. A incidência desse imposto ocorre sobre o faturamento das empresas de radiodifusão e telecomunicações privadas e estimativas do governo indicam que as arrecadações poderiam chegar a R\$ 100 milhões por ano (HOSSOÉ, 2012, p.116).

Eduardo Castro, em entrevista a autora, ressalta a importância de se ter um financiamento partilhado. Quando as verbas da contribuição para o fomento chegarem à radiodifusão pública, haverá uma nova forma de financiamento:

No momento em que esse dinheiro for colocado a disposição das emissoras públicas, eu acho que também aí a gente vai ter uma forma de

¹⁹⁸ BREVE, 2011

financiamento. O ideal é a gente ter um financiamento partilhado e a lei já prevê isso, eu acho que nós estamos trabalhando e o nosso planejamento estratégico prevê que a gente consiga alcançar a independência financeira montada nesse tripé principalmente a partir de 2022, então é um objeto nosso chegar a esse resultado (CASTRO, 2013).

Dentro deste aspecto do financiamento o *pitching* deve ser citado. Consiste em uma espécie de disputa, um concurso no qual as emissoras, geralmente de canal fechado, selecionam produtoras que possuem projetos de conteúdo para a televisão (cf. BURINI, 2010, p.217). A TV Brasil foi a primeira emissora pública a se utilizar desta ferramenta.

O primeiro edital de *pitching* publicado pela TV Brasil foi em 2009. O objeto era a produção de uma série inédita de programas para televisão, composta de 36 episódios de 36 minutos, abordando o tema “Meio Ambiente e Sustentabilidade”, em regime de coprodução com produtores independentes para a exibição na TV Brasil e canais da EBC ou associados.¹⁹⁹

Após o processo de seleção para a produção de cada episódio, seriam atribuídos R\$ 30 mil, sendo que o total do contrato para os 36 episódios era de R\$ 1.080.000,00, liberados em 9 parcelas de acordo com o cronograma especificado no edital.

Nele também estava previsto que os programas elaborados neste sistema tivessem suas transmissões em âmbito nacional pela emissora e suas afiliadas, com reexibições ilimitadas por tempo indeterminado²⁰⁰.

O financiamento de produção por *pitching* pode representar uma parceria importante para a produção de programas independentes, permitindo, sobretudo, a experimentação de novas linguagens e o desenvolvimento de programas de interesse público.

Com isso, a emissora passa a assumir como mecanismo de colaboração de seu orçamento, a manutenção da criação de editais de *pitching*, no sentido de garantir uma parceria público-privada de sua gestão (BURINI, 2010, p.128).

Vale acrescentar que o último edital aberto foi em 2013, para a produção de programas sobre a diversidade religiosa.

Para a consolidação e fortalecimento da TV Brasil deve-se colocar em prática o que já é garantido por lei, sendo necessário um financiamento por diversas fontes, já que, como foi demonstrado, ela ainda depende significativamente de recursos do governo.

O financiamento independente permite à televisão pública autonomia. Embora o financiamento seja um elemento relevante para garantir a independência, o controle por meio

¹⁹⁹ Informações disponíveis em <http://tvbrasil.ebc.com.br/pitching/2009-16-11-edital-pitching-2009> Acesso em 20/03/2013

²⁰⁰ Também está determinado no edital que os direitos proprietários estão divididos da seguinte forma: 49% EBC e 51% Produtor Independente do *Pitching*.

de uma gestão composta por diversos membros também é importante para que esta condição seja preservada.

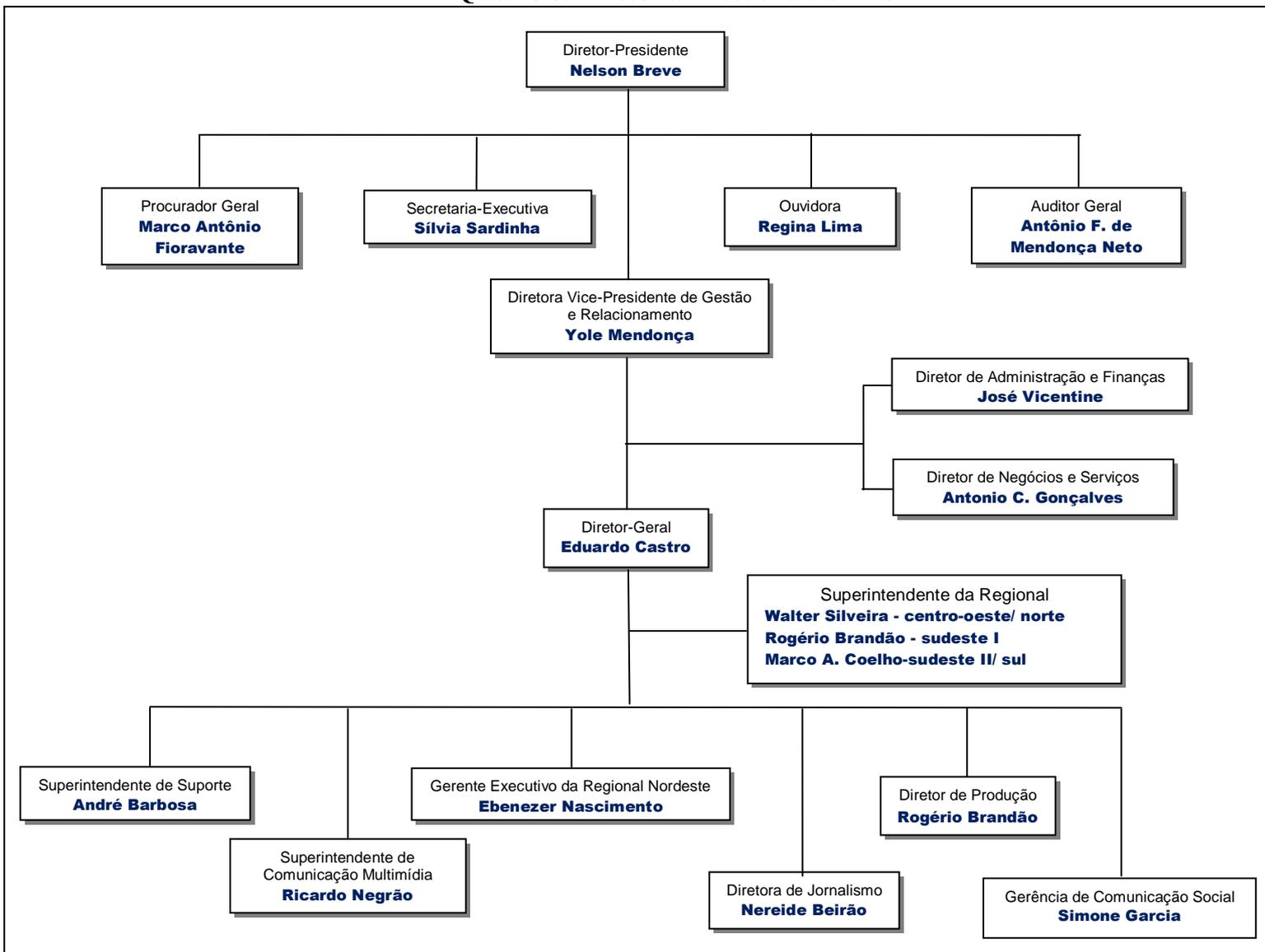
4.2.3. Modelo de Gestão

A TV Brasil é gerida pela EBC, que de acordo com o Art.12 da Lei 11.652, deveria ser administrada por um Conselho de Administração, uma Diretoria Executiva, um Conselho Fiscal e um Conselho Curador.

A Diretoria Executiva é o órgão de deliberação colegiada responsável pela administração e gestão da EBC. O diretor-presidente é nomeado pelo Presidente da República e o mandato de quatro anos lhe garante autonomia administrativa e independência diante de eventuais pressões governamentais. Fica sob a responsabilidade do diretor-presidente propor o nome dos demais diretores ao Conselho de Administração.

A composição atual da Diretoria Executiva pode ser vista no organograma a seguir:

Quadro 8: Diretoria Executiva da EBC



Fonte: Quadro elaborado a partir de dados oficiais disponíveis no site da EBC

O Conselho de Administração também tem a indicação realizada pelo Presidente da República, e é o órgão “de orientação e direção superior da EBC” (BRASIL, 2008), tendo como função: orientar seus negócios, respeitando as atribuições do Conselho Curador; escolher e demitir os membros da Diretoria Executiva; aprovar o regimento interno da EBC; fiscalizar a atuação dos Diretores; aprovar o plano estratégico e demais planejamentos da empresa para dispêndio de investimentos; entre outras (cf. VALENTE, 2009, p.145). A sua composição está prevista na Lei 11.652 da seguinte forma: um Presidente, indicado pelo Ministro de Estado Chefe da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República; um Diretor-Presidente da Diretoria Executiva; um Conselheiro, indicado pelo Ministro de

Estado do Planejamento, Orçamento e Gestão; um Conselheiro indicado pelo Ministro de Estado das Comunicações; e um Conselheiro, indicado conforme o Estatuto.

Assim, como o de Administração, o Conselho Fiscal também tem seus componentes designados pelo Presidente da República, e é composto por três membros e seus respectivos suplentes, sendo que um deles é representante do Tesouro Nacional.

Compete ao Conselho Fiscal, de acordo com o Art. 24 do Decreto 6.689 de 2008²⁰¹: fiscalizar os atos dos administradores e verificar o cumprimento dos seus deveres legais e estatutários; acompanhar a gestão financeira e patrimonial da EBC; e fiscalizar a execução orçamentária, podendo examinar livros e documentos, bem como requisitar informações; opinar sobre o relatório anual de administração, fazendo constar do seu parecer as informações complementares que julgar necessárias ou úteis à deliberação da Assembleia geral; denunciar aos órgãos de administração – e se estes não tomarem providências necessárias para a proteção de interesses da EBC – à assembleia geral, os erros, fraudes, crimes ou ilícitos de que tomar conhecimento; e sugerir providências, entre outras competências.

O quadro abaixo (Quadro 9), ilustra os membros que compõem atualmente os dois Conselhos.

²⁰¹ Disponível em: <http://www.ebc.com.br/acessoainformacao/wordpress/wp-content/uploads/2012/03/Decreto-N%C2%BA-6689.pdf> Acesso em: 20/03/2013

Quadro 9: Composição do Conselho de Administração e Fiscal da EBC

<p><u>Conselho de Administração</u></p> <p>Presidente Ministra Helena Maria de Freitas Chagas (Secretaria de Comunicação Social da Presidência/Secom)</p> <p>Membros Sylvio Romulo Guimaraes de Andrade Jr. (Secom) Alessandra Cristina Azevedo Cardoso (representante do Ministério das Comunicações) José Augusto Dias Pires (representante do Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão) Nelson Breve (diretor-presidente da EBC)</p> <p><u>Conselho Fiscal</u> Cláudio de Azevedo Sampaio (Secom) Ho Yiu Cheng (Tesouro Nacional) Miguel Ragone de Mattos (Secom)</p>
--

Quadro elaborado de acordo com dados oficiais no site da EBC

Além desses, também faz parte da EBC, o Conselho Curador, órgão de natureza consultiva e deliberativa integrado por vinte e dois membros, também designados pelo Presidente da República. Entre eles estão 15 representantes da sociedade civil, 4 representantes do governo federal, 2 representantes do congresso nacional e 1 representante dos trabalhadores da EBC.

Os titulares do Conselho são escolhidos entre os brasileiros natos ou os naturalizados há mais de dez anos, de reputação ilibada e reconhecido espírito público. Somente o representante dos trabalhadores da EBC é eleito através de voto, secreto e direto, pelos integrantes do quadro permanente da empresa.

Os representantes da sociedade civil são designados pelo Presidente da República, segundo os critérios de diversidade cultural e pluralidade de experiências profissionais, sendo que cada uma das regiões do Brasil deve ser representada por um conselheiro. Os mandatos

dos conselheiros variam entre dois e quatro anos, sendo o primeiro período aplicado aos membros dos trabalhadores e o segundo aos representantes da sociedade civil e congresso.

Quadro 10: Composição Conselho Curador EBC

<u>Conselho Curador</u>
Presidente Ana Fleck (representante do Congresso Nacional)
Representantes da Sociedade Civil Heloisa Maria Murgel Starling (Vice-presidente) Ima Célia Guimarães Vieira Cláudio Salvador Lembo Rosane Maria Bertotti José Antônio Fernandes Martins Maria da Penha Maia Fernandes Rita de Cássia Freire Rosa Paulo Ramos Derengoski Daniel Aarão Reis Filho João Jorge Santos Rodrigues Murilo César Oliveira Ramos Takashi Tome Mário Augusto Jakobskind Ana Maria da Conceição Veloso Wagner Tiso
Representante dos Trabalhadores da EBC Guilherme Gonçalves Strozi
Representantes do Congresso Nacional Sueli Navarro
Representantes do Governo Federal Helena Chagas Marta Suplicy Aloizio Mercadante Marco Antonio Raupp

Quadro elaborado de acordo com dados oficiais no site da EBC

Os primeiros conselheiros tiveram mandatos de dois e quatro anos, sendo oito conselheiros para o mandato de dois anos e sete conselheiros para o de quatro anos.

Segundo o Art. 17 da Lei 11.652, compete ao Conselho Curador:

- I - deliberar sobre as diretrizes educativas, artísticas, culturais e informativas integrantes da política de comunicação propostas pela Diretoria Executiva da EBC;
- II - zelar pelo cumprimento dos princípios e objetivos previstos nesta Lei;
- III - opinar sobre matérias relacionadas ao cumprimento dos princípios e objetivos previstos nesta Lei;
- IV - deliberar sobre a linha editorial de produção e programação proposta pela Diretoria Executiva da EBC e manifestar-se sobre sua aplicação prática;
- V - encaminhar ao Conselho de Comunicação Social as deliberações tomadas em cada reunião;
- VI - deliberar, pela maioria absoluta de seus membros, quanto à imputação de voto de desconfiança aos membros da Diretoria Executiva, no que diz respeito ao cumprimento dos princípios e objetivos desta Lei; e
- VII - eleger o seu Presidente, dentre seus membros (BRASIL, 2008).

O Conselho possui amplas atribuições, especialmente ao que se refere à grade de programação. Contudo, o fato dos Conselheiros serem majoritariamente indicados pelo Presidente da República levanta várias críticas devido à impossibilidade da sociedade civil exercer maior influência nesse processo²⁰².

Segundo Miola (2009), os conselhos fazem parte da estrutura das empresas públicas de radiodifusão e pretendem reunir agentes do Estado e representantes da sociedade selecionados de forma específica.

Para Joseph (2005) a sociedade civil e as emissoras públicas são aliados naturais e, por isso, devem levar em consideração que possuem objetivos semelhantes os quais só podem ser conquistados através do apoio mútuo e da responsabilidade recíproca. No entanto, esta relação depende da consciência de que ambas as partes tem deveres e responsabilidades. Os integrantes dos conselhos, deveriam representar os interesses da comunidade junto às instâncias governamentais. Contudo, essa idealização do conselho é passível de questionamento, porque seus membros são indicados pelas agências governamentais e a comunidade não exerce nenhuma influência nesse processo. Além disso, em algumas situações o conselho dá respaldo a instâncias que deveriam ser fiscalizadas (cf. PEARCE;

²⁰² Para a substituição dos conselheiros que terminaram seus mandatos no ano de 2013, foi aberta uma consulta pública que recolherá contribuições sobre o modelo de escolha para os novos integrantes, podem participar desta consulta pessoas físicas e entidades da sociedade civil constituídas como pessoa jurídica de direito privado sem fins lucrativos. Os detalhes sobre esta consulta pode ser consultado em: <http://conselhocurador.ebc.com.br/noticia/04-11-2013-falta-um-mes-para-fim-da-consulta-publica-que-decidira-modelo-de-escolha-de-novos> Acesso em 29/10/2013.

ROSNER, 1985, p.38-39). Apesar disso, segundo Pearce e Rosner, os conselhos podem desempenhar funções importantes.

Potencialmente, podem ajudar pessoas de fora, permitindo-lhes influenciar as ações organizacionais, e gestores, aumentando a aceitação da comunidade e compreensão de suas ações. Ainda, conselhos consultivos não podem desempenhar estas funções, a menos que superem a ambigüidade inerente ao seu papel, desenvolvendo objetivos operacionais claros e por encontrar uma maneira eficiente de usar os membros com apenas um compromisso limitado para que os membros sintam que estão contribuindo.²⁰³ (PEARCE; ROSENER, 1985, p. 39, tradução nossa).

Segundo Leal Filho (1997) “a forma de escolha dos membros dos conselhos e o tipo de financiamento que elas [- as empresas-] recebem é que acaba por determinar a influência do governo sobre as emissoras” (LEAL FILHO, 1997, p. 20). No caso da EBC, o Presidente da República é o responsável por indicar os membros do conselho, o que não permite uma atuação de setores da sociedade civil nesse processo de escolha.

Para Valente (2009b), a possibilidade de participação da sociedade civil é bastante pequena, permitida somente através do Conselho Curador. Sendo assim, considerando o desenho institucional, o autor detecta dois problemas centrais neste organismo. O primeiro é a indicação dos membros ser feita pelo Presidente da República, o que “condiciona o acesso das classes dominadas ao aparelho à permissão da força hegemônica no Executivo Federal” (VALENTE, 2009b, p.148). Para o autor, esta arquitetura é uma barreira à incidência, do que ele chama de grupos dominados, na participação de escolha dos membros do conselho, uma vez que a mesma está remetida ao governo federal, um espaço de acesso ainda mais limitado. O segundo ponto ressaltado por Valente (2009b), é o fato das atribuições do conselho não dizerem respeito ao conjunto das atividades da empresa, mas somente, de maneira genérica aos seus princípios e objetivos e aos conteúdos produzidos por ela. Isto faz com que o órgão não tenha a prerrogativa de influir em questões estratégicas referentes ao modelo de financiamento e aos canais de distribuição.

O autor Murilo César Ramos (2012), ao realizar uma análise sobre o modelo institucional da EBC, aponta que é preciso ir fundo na letra da lei que apresenta não só

²⁰³ Do original. “Potentially, they can assist outsiders, by allowing them to influence organizational actions, and managers, by increasing community acceptance and understanding of their actions. Yet advisory boards cannot achieve these functions unless they overcome the inherent ambiguity of their role by developing clear operational objectives, and by finding an efficient way to use members with only a limited commitment so that members feel that they are contributing” (PEARCE, J. L.; ROSENER, 1985, p. 36-47)

virtudes, mas também vícios, que, embora ressaltados como poucos, para o autor podem representar significativa ameaça ao exercício presente e futuro da autonomia pela empresa. Um dos vícios apontados por Ramos (2012) é a vinculação, política e administrativa, da EBC com a Secom (Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República).

O principal vício normativo da EBC é, no meu entendimento, aquele expresso no Artigo 5º da Lei²⁰⁴, que a vincula à Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República. Afinal, trata-se do órgão responsável pela comunicação de governo, pela relação do governo com a imprensa e demais instituições de comunicação, dentre elas as agências de publicidade que mediam as verbas de propaganda governamentais. Essa vinculação administrativa, e não hierárquica, seria mais lógica, e politicamente mais adequada, caso se desse com o Ministério da Cultura, ou com o Ministério das Comunicações (RAMOS, 2012, p.18).

O outro vício de origem apontado por Ramos (2012) é a nomeação de dois dirigentes máximos, ou seja, o Diretor Presidente e o Diretor Geral, ambas realizadas pelo Presidente da República. Para o autor, a escolha para este cargo máximo, em razão da sua responsabilidade pública, não deveria estar restrita a uma pessoa. Sendo assim, seria necessária a existência de algum tipo de mediação, pelo Congresso Nacional, ou pelo Conselho Curador ou ambos. “Seriam medidas, acredito, que, ao reforçarem a autonomia legal da EBC, tornariam mais forte a sua missão de prestadora de um serviço público de rádio e televisão” (RAMOS, 2012, p.20).

O autor também ressalta a existência do Conselho Curador, segundo ele, uma virtude inegável da Lei. Contudo, é insuficiente para assegurar a autonomia política, administrativa e financeira da EBC. Para Murilo (2012), Franklin Martins, enquanto ocupou o cargo de Ministro-Chefe da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, esteve muito mais preocupado em assegurar as prerrogativas públicas da empresa do que as vinculações normativas com o governo e ameaças potenciais à autonomia da empresa. Conforme ressalta o autor, não há indicativos de que Franklin e sua equipe tentaram se aproveitar desses vícios normativos por ele apontados, para submeter a EBC e a TV Brasil à vontade do governo.

Mas, este é o vício maior, aqui analisado, que pode se constituir em ameaça futura à autonomia da EBC e, por consequência, ao seu existir como empresa prestadora de serviço público, não comercial, de rádio e televisão. O vício de, graças aos enunciados dúbios ou equivocados da lei de criação da EBC, sua autonomia depender menos da força inata do modelo institucional adotado e mais do arbítrio de quem eventualmente ocupe a

²⁰⁴ Lei 11.652 Art. 5º : Fica, o Poder Executivo, autorizado a criar a empresa pública denominada Empresa Brasil de Comunicação S.A. - EBC, vinculada à Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República.

Presidência da República e a sua Secretaria de Comunicação Social (MURILO, 2012, p.21).

A observação de como a EBC compõe sua administração demonstrou que a mesma está extremamente vinculada à Presidência da República, responsável pelas nomeações aos cargos, interferindo no seu alcance de uma autonomia plena, já que essa composição abre indícios para a submissão às vontades do governo federal.

A existência de um Conselho Curador também deve ser ressaltada. Contudo, os seus membros são basicamente professores universitários com vasta experiência acadêmica, salvo Rosane Maria Bertotti, que é secretária de comunicação da CUT, coordenadora geral do Fórum Nacional Pela Democratização da Comunicação (FNDC), além de membro da Comissão Operativa Nacional da Coordenação dos Movimentos Sociais (CMS) e Maria da Penha Maia Fernandes, símbolo da luta contra a violência à mulher, dando nome à Lei de Violência Doméstica e Familiar contra a Mulher (Lei Maria da Penha), e que possui longa trajetória nos movimentos contra violência e impunidade, sendo hoje, coordenadora de Estudos, Pesquisas e Publicações da Associação de Parentes e Amigos de Vítimas de Violência (APAVV) no Ceará²⁰⁵. Assim, é importante que mais membros ligados aos diferentes setores da sociedade civil estejam presentes na composição do conselho, possibilitando um controle social mais efetivo por parte da população.

A existência de uma ouvidoria também é significativa, composta por um Ouvidor-geral e três Ouvidores-Adjuntos, um para cada mídia. A ouvidoria atua como instrumento de controle social por meio de atendimento direto aos usuários, desempenhando uma função complementar ao Conselho Curador. A participação e o controle social da TV Brasil depende do fortalecimento dessas instâncias já existentes e da sua desvinculação do governo federal, permitindo não só a consolidação deste canal, mas também do sistema público de radiodifusão como um todo.

5. Conclusão

A realização deste trabalho de pesquisa teve como objetivo contribuir de modo efetivo para a discussão de determinados aspectos ligados à construção e consolidação de uma televisão pública, já que, em um país marcado pelo predomínio das televisões comerciais, a existência de alternativas que não estejam vinculadas a esta lógica é de relevância.

²⁰⁵ Informações sobre todos os conselheiros disponíveis em: <http://conselhocurador.etc.com.br/conselheiros>

A observação dos modelos de televisões públicas de outros países evidenciou que o contexto exerceu influência no modo em que cada uma delas foi construída. Assim, na Europa, onde o Estado esteve mais presente, a televisão pública se constituiu mais vinculada a ele e nos Estados Unidos, onde o Estado assumiu aspectos mais liberais, a televisão pública surgiu mais como uma alternativa ao modelo comercial, tendo que buscar seu sustento por meio de doações. Tal fator contribuiu para a compreensão do cenário brasileiro, no qual, desde seu início, a televisão foi pensada comercialmente, e durante os mais de 50 anos de sua existência a televisão de caráter público teve pouco espaço para se desenvolver, prejudicando, inclusive, um maior conhecimento da população sobre a existência e necessidade de uma televisão plural e democrática.

A televisão pública possui um grande potencial ao se voltar para a formação de cidadãos e sua presença é significativa para que não haja somente uma televisão permeada pela lógica comercial. A existência de uma televisão pública implica a formação de um contexto plural, marcado por um debate rico, em que todos os pontos de vistas são apresentados ao telespectador, fornecendo, portanto, subsídios para que ele mesmo pense e tire suas próprias conclusões.

As discussões sobre a necessidade de existir no Brasil uma televisão pública ficaram mais latentes com a implantação da televisão digital. Essa nova tecnologia abria margem tanto para o desenvolvimento tecnológico, como para rever a legislação das telecomunicações (cf. MOTA, 2004, p.4). Alguns artigos da Constituição de 1988 que versaram sobre a Comunicação não foram regulados, entre eles está o 223, que institui a complementariedade entre os sistema público, privado e estatal. A falta de definição do que queria dizer **público**, nesse artigo, gera diferentes debates, dificultando o seu cumprimento.

Nessa perspectiva a regulamentação não só desse, mas de outros artigos, contribuiria para que a complementariedade do sistema fosse alcançada, promovendo um equilíbrio no cenário televisivo brasileiro, proporcionando ao telespectador acesso aos diferentes canais existentes.

A concepção da TV Brasil foi realizada em um ambiente favorável para sua criação. Depois de longos anos relegada ao segundo plano, a televisão pública passou a ser novamente pensada por atores da sociedade civil e setores do governo. Portanto, a vontade política também foi um fator determinante para que o projeto de uma televisão pública fosse levado adiante.

Os debates ocorridos no I e II Fóruns de TVs Públicas determinaram as diretrizes que deveriam ser seguidas pela nova emissora, entre elas que a televisão deveria ser independente e autônoma em relação aos governos e ao mercado, e com financiamento de origens múltiplas. Também deveria estar ao alcance de todos os cidadãos, as diretrizes de gestão, programação e a fiscalização dessa programação ser realizada por órgão deliberativo representativo da sociedade, sendo que o Estado e o governo não poderiam ter maioria.

A estrutura da TV Brasil, apesar de estar em expansão, ainda não se faz presente em todo o Brasil, as dificuldades de sintonizar o seu sinal são constantes e essa situação acaba se refletindo em sua audiência, já que, cada vez mais, a qualidade da transmissão tem sido um item priorizado pelos telespectadores. Este fato pode ser confirmado através do relatório apresentado pela ouvidoria, no qual a maioria das reclamações estava relacionada à transmissão.

A inovação dos equipamentos de transmissão, principalmente neste contexto de transição do sistema analógico para o digital, demanda um alto investimento. Apesar de nos últimos anos terem ocorrido um aumento nas retransmissoras, há ainda a necessidade de um maior investimento em tecnologia nas grandes capitais, já que somente as cidades de São Paulo, Rio de Janeiro, São Luís do Maranhão e Brasília têm acesso à TV Brasil por meio de canal aberto. Portanto, a existência de mais canais abertos nas principais cidades ampliaria o acesso da população à programação integral desta emissora.

A análise do modelo de financiamento demonstra que os recursos da TV Brasil são provenientes da EBC, esta, por sua vez, depende muito dos repasses federais. Assim, o repasse de verba é variável e realizado de acordo com o orçamento elaborado pelo governo. Além dessa inconstância no repasse, há o risco de cortes, prejudicando, muitas vezes, o cronograma de execução estabelecido pela empresa. Nos períodos analisados, os gastos com pessoal aumentaram consideravelmente, enquanto que os gastos com investimento diminuíram.

O orçamento da TV Brasil se constitui uma das principais questões que carecem de mudança. A alta dependência ao tesouro nacional abre precedentes para interferências do governo federal. Ademais, a necessidade de fontes complementares de orçamento possibilitaria um maior investimento, não só na estrutura, para a expansão da TV Brasil, mas também na programação, permitindo o desenvolvimento de formatos e conteúdos diferenciados. A independência financeira é um dos princípios de uma televisão pública, e assim, cabe à TV Brasil buscar cada vez mais essa autonomia, tão necessária para que ela

possa, de fato, ser vista e reconhecida como uma emissora pública. Nesta perspectiva, a defesa aqui não é o corte total do orçamento vindo da União, mas sim, a necessidade de existir outras formas de captação de verbas que permitam a emissora uma maior autonomia em relação ao governo.

No modelo de gestão da TV Brasil deve ser ressaltada a concentração da escolha dos componentes dos Conselhos nas mãos de Presidente da República, o que acaba configurando em outro precedente para influência do Executivo na emissora. Um Conselho é o instrumento de participação da sociedade na gestão das empresas de comunicação pública, sua prerrogativa fundamental é controlar a linha editorial e a qualidade dos conteúdos veiculados, sendo assim, sua existência é fundamental em uma televisão que se pretende pública. O Conselho Curador tem como função aprovar anualmente o plano de trabalho e a linha editorial da EBC bem como observar a sua aplicação, além de acompanhar e fiscalizar a veiculação da programação.

A existência de um Conselho Curador no qual há possibilidade de participação de representantes da sociedade civil é significativa. Contudo, a própria sociedade civil deveria ter maior influência na sua escolha, já que essa oportunidade permitiria um maior envolvimento das pessoas com a TV Brasil, desenvolvendo a consciência de que ela pertence de fato à sociedade e foi criada para atendê-la em suas demandas e anseios, favorecendo também a materialização da concepção de próprio, no sentido de nosso, genético, genuíno, inventivo e inovador. Desta forma, a importância deste órgão demanda que a escolha dos seus membros não seja atribuída somente ao Presidente devendo passar também por outras instâncias, conferindo a TV Brasil a autonomia necessária para sua consolidação como uma emissora pública no cenário televisivo brasileiro.

Segundo Mota (2004) se público é aquilo que é comum a todos, é possível concluir que aquilo que é comum a todos nos é **próprio**. A autora afirma que próprio é adequado, apropriado à realidade, e que, na televisão, se concretiza na abordagem dos problemas locais, nas diferenças materializadas na diversidade tanto de pessoas como de visões e ideias originárias das experiências próprias e na pluralidade de expressões culturais e artísticas não limitadas somente ao que a mídia reconhece e legitima.

Além disso, próprio está ligado a tudo aquilo que se pode apropriar e coproduzir, através da sugestão de pautas, programas, etc. Logo, uma maior atuação da sociedade civil nos conselhos, principalmente no Curador, tanto na escolha dos membros, quanto nas tomadas de decisões, contribuiria muito mais para a identificação, por parte da sociedade, do

caráter público da TV Brasil, reconhecendo-a, portanto, não como uma emissora do governo, mas sim, do povo brasileiro.

Desde sua criação, a TV Brasil busca um padrão distinto do oferecido pelas emissoras comerciais no país. No entanto, em um cenário marcado pelo domínio desse tipo de emissoras, a TV Brasil ainda não conseguiu se destacar perante o público. Muitos ressaltam os baixos índices de audiência, contudo, deve-se ter em mente que a população brasileira não teve o hábito de assistir uma televisão pública, acostumando-se com o chamado “padrão Globo de qualidade”. Dessa forma, uma emissora “fora” dos padrões pode enfrentar resistência. Assim, cabe à TV Brasil estabelecer e fortalecer sua identidade com o público brasileiro, divulgando cada vez mais sua existência e chamando a atenção de que há, de fato, uma alternativa àquilo que está posto.

Outro ponto que deve ser ressaltado é que no Brasil a produção é centralizada no eixo Rio-São Paulo, já que programas, novelas, jornais, transmitidos para todo território privilegiam muito mais o que acontece nesses Estados, gerando um grande contingente de telespectadores não contemplados por uma programação que os represente.

Nesse sentido, a TV Brasil assume uma função importante. Em um país de grandes diversidades como o Brasil, o estabelecimento do eixo em dois Estados prejudica o reconhecimento das diferentes culturas nele presentes, e a emissora em questão, ao transmitir em sua programação conteúdos que evidenciem a diversidade de que é constituído o país, tais como a transmissão ao vivo de um evento feito em homenagem ao centenário de Luís Gonzaga, bem como, no mês de Junho de 2013, a transmissão das tradicionais festas de São João no Nordeste, faz com que seu telespectador entre em contato com a tradição cultural de seu país, abrindo a janela para mostrar a diversidade presente no território brasileiro.

Diante do exposto, conclui-se que a TV Brasil se constitui como uma emissora de caráter público. Pensando no contexto brasileiro, uma iniciativa como essa nunca tinha sido viabilizada como ocorreu com a TV Brasil. Sua existência já representa um grande ganho para a sociedade brasileira. Observamos que a construção de uma televisão pública não ocorre da noite para o dia, principalmente num país dominado pela existência das televisões comerciais. Esse processo deve ser executado em longo prazo, exemplo disso é que as televisões públicas tomadas como paradigma possuem mais de cinquenta anos de existência.

Embora exista a dependência do governo federal tanto no modelo de gestão, como no de financiamento, esses instrumentos estão em construção e serão aprimorados com o tempo. Assim como ressaltaram o Presidente Nelson Breve e o Diretor geral da EBC, Eduardo

Castro, em entrevistas. A criação da TV Brasil não representa somente uma alternativa às emissoras comerciais, mas também uma possibilidade real de contribuição para a democratização da comunicação no Brasil.

Referências

II Carta de Brasília. In: II Fórum Nacional de TVs Públicas. Brasília, 2009. Disponível em: <<http://www.cultura.gov.br/site/up-content/uploads/2009/.../carta-de-brasilia-ii.doc>>. Acesso em 16 jan. 2012.

AGUIAR, I. **TV Brasil: algo novo no ar.** Florianópolis: [s.n.], 2012

AUFDERHEIDE, P. Telecommunication and the public interest. In: BARNOUW, E. (ed.). **Conglomerates and the media.** New York: The New Press, 1997. p. 157-172.

ALBORNOZ, L. A: depoimento [mar. 2013]. Entrevistadora: CARVALHO, J. M. Madrid: Universidade Carlos III, 2013. Arquivo em formato .MP3 (42 min). Entrevista concedida a autora durante realização de Estágio de pesquisa.

ALENCAR, K. **Cobertura de dossiê faz Lula criar TV Pública,** 2007. Disponível em: <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/folha-de-s-paulo--35004>>. Acesso em 20 abr. 2013.

ARIAS, R. D. El pluralismo interno clave del servicio público de RTVE. In: GRAVÁN, M. L. (coord) **El futuro de la televisión pública.** La necesaria alianza com la ciudadanía. Madrid: Editorial Popular, 2012. p.129-148

AZEVEDO, F; VALENTE, J. Sistema Público de Comunicação de Portugal. In: **Intervozes - Sistemas públicos de comunicação no mundo: experiência de doze países e o caso brasileiro.** São Paulo: Paulus. p.213-234 (Coleção Comunicação)

BELTRÁN, G. R. O cenário móvel da televisão pública. In: BELTRAN, G. R. et al. (Org.). **Televisão pública: do consumidor ao cidadão.** São Paulo: Friedrich Ebert Stiftung, 2002. p.81-118

BLUMLER, J. G. **Televisión e interés público.** Tradução de José Arconada. Barcelona: Bosch Casa Editorial, SA, 1993.

BOLAÑO, C. R. S; BRITTOS, V.C. **A televisão brasileira na era digital: exclusão, esfera pública e movimentos estruturantes.** São Paulo: Paulus, 2007a.

_____. Blogosfera, espaço público e campo jornalístico: o caso das eleições presidenciais brasileiras de 2006. In: 5º Encontro Nacional de pesquisadores em Jornalismo, 2007, Aracaju. **Anais 5º Encontro Nacional de pesquisadores em Jornalismo.** Aracaju, Universidade Federal de Sergipe, 2007c. 1-15

_____. Capitalismo e Comunicação: a TV Digital no Brasil. In: Grupo de Trabalho (GT) Economia Política e Políticas de Comunicação, XVI Encontro da Compós, 2007, Curitiba. **Anais XVI Encontro da Compós**. Curitiba, 2007b. p.1-13

_____. TV pública, políticas de comunicação e democratização: movimentos conjunturais e mudanças estruturais. In: Grupo de Trabalho (GT) Economia política e políticas de comunicação, XVII Encontro da Compós, 2008, São Paulo. **Anais XVII Encontro da Compós** São Paulo, 2008. p.1-13

BOLAÑO, C. R. S.; BRITTOS, V. C.; ROSA, A. M. O. O GT Economia Política e Políticas de Comunicação da COMPÓS e a construção de uma epistemologia crítica da Comunicação. In: XIX Encontro anual da Compós, 2010, Rio de Janeiro. **Anais ...** Rio de Janeiro: PUC-Rio, 2010. p.1-12

BOLAÑO, C. R. S.; et al. O governo Lula e o debate em torno das políticas para o audiovisual no Brasil no biênio 2007-2008. In: Grupo de Trabalho (GT) Economia Política e Políticas de Comunicação, XVIII Encontro da Compós, 2009, Belo Horizonte. **Anais XVIII Encontro da Compós**. Belo Horizonte: PUC-MG, 2009.

BOLAÑO, C.; HERSCOVICI, A.; MASTRINI, G. Economía Política de la comunicación y la cultura: una presentación. In: **Globalización y Monópolios en la Comunicación en América Latina**. 1 ed. Buenos Aires: Biblos, 1999, v. 1, p. 9-25.

BORGNETH, M. I Fórum Nacional de TVs Públicas – Um processo de construção. In: Vários autores. **I Fórum Nacional de TV's públicas: Diagnóstico do Campo Público de Televisão**. Brasília: Ministério da Cultura, 2006. p.27-30

BRASIL. **Constituição (1988)**. Constituição da República Federativa do Brasil. Brasília, DF: Senado Federal. Disponível em: <<http://www.planalto.gov.br>>. Acesso em 13 jun. 2011.

_____. Decreto nº 236, de 28 de fevereiro de 1967. Complementa e modifica a lei 4.117, de 27 de agosto 1962 (que institui o código brasileiro de telecomunicações). **Diário oficial da União**, 28 fev. 1967. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/del0236.htm>. Acesso em 15 nov. 2012.

_____. Decreto nº 4.901 de 26 de novembro de 2003. Institui o Sistema Brasileiro de televisão digital SBTVD, e outras providências. **Diário oficial da União**, 27 nov. 2003. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/2003/D4901.htm>. Acesso em 28 abr. 2011.

_____. Decreto nº 5.820 de 29 de junho de 2006. Sobre a implantação SBTVD-T, estabelece diretrizes para a transição para o sistema digital do serviço de radiodifusão, de sons e imagens e do serviço de retransmissão de televisão e outras providências. **Diário oficial da União**, 30 jun. 2006. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2004-2006/2006/Decreto/D5820.htm>. Acesso em 28 abr. 2011.

_____. Decreto nº 6.246 de 24 de outubro de 2007. Cria a Empresa Brasil de Comunicação - EBC, aprova seu Estatuto e dá outras providências. **Diário oficial da União**, 25 out. 2007. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2007/Decreto/D6246.htm>. Acesso em 21 jun. 2010.

_____. Decreto nº 6.689 de 11 de dezembro de 2008. Aprova o Estatuto Social da Empresa Brasil de Comunicação S.A. - EBC e revoga o art. 4º do Decreto nº 6.246, de 24 de outubro de 2007. Disponível em < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2008/Decreto/D6689.htm>. Acesso em 16 jul. 2012.

_____. Lei nº 6.301 de 15 de dezembro de 1975. Institui política de exploração de serviço de radiodifusão de emissoras oficiais, autoriza o Poder Executivo a constituir a Empresa Brasileira de Radiodifusão - RADIOBRÁS, e dá outras providências. **Diário oficial da União**, 16 dez. 1975. Disponível em < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L6301.htm>. Acesso em 10 jun. 2012.

_____. Lei nº 11.652 de 07 de abril 2008. Institui os princípios e objetivos dos serviços de radiodifusão pública explorados pelo Poder Executivo e autoriza o Poder Executivo a constituir a Empresa Brasil de Comunicação. **Diário oficial da União**, 08 abr. 2008. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/Lei/L11652.htm>. Acesso em: 01 ago. 2011

_____. Medida Provisória nº 398 de 10 de outubro de 2007. Não mais vigente: Institui os princípios e objetivos dos serviços de radiodifusão pública explorados pelo Poder Executivo ou outorgados a entidades de sua administração indireta, autoriza o Poder Executivo a constituir a Empresa Brasil de Comunicação - EBC, e dá outras providências. **Diário oficial da União**, 11 out. 2007. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2007/Mpv/398.htm>. Acesso em 05 mar. 2012.

BREVE, N. **Entrevista concedida ao Folha/Uol**, 2011. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/poder/poderepolitica/1053403-leia-a-transcricao-da-entrevista-de-nelson-breve-a-folha-e-ao-uol.shtml>>. Acesso em: 25 fev. 2012.

BRIGGS, A. **The BBC: the first fifty years**. Oxford: Oxford Uniservity Press, 1985.

BRITTOS, V. C. A Economia Política da Comunicação no Brasil em perspectiva histórica. In: BOLAÑO, César (Org.). **Comunicação e a crítica da economia política: perspectivas teóricas e epistemológicas**. São Cristóvão: Editora UFS, 2008.

BUCCI, E. A TV Pública não faz, não deveria dizer que faz, e, pensando bem, deveria declarar abertamente que não faz entretenimento. In: Vários autores. **I Fórum Nacional de TV's públicas: Diagnóstico do Campo Público de Televisão**. Brasília: Ministério da Cultura, 2006. p.13-20

_____. **Em Brasília 19 horas: a luta do chapa-branca contra o direito à informação**. Rio de Janeiro: Record, 2008.

_____. É possível fazer televisão pública no Brasil? **Novos Estudos - CEBRAP**, nº 88, novembro de 2010. Disponível em: < http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0101-33002010000300001&script=sci_arttext>. Acesso em: 09 jul. 2012.

_____. **Não Faltam recursos da TV Pública**. Entrevista concedida à Folha de São Paulo, 2007. Disponível em: < <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/brasil/fc1803200716.htm>>. Acesso em 10 mai. 2012.

BUCCI, E.; CHIARETTI, M.; FIORINI, A. M. **Indicadores de qualidade nas emissoras** - Uma avaliação contemporânea. UNESCO, 2012 (Série Debate CI)

BURINI, D. **TVBrasil: Uma Emissora Pública em construção - ações e controvérsias 2007-2010**. 2010. Tese (Doutorado). Universidade Metodista de São Paulo, UMESP, São Paulo, 2010.

_____: depoimento [25 mai. 2013]. Entrevistadora: CARVALHO, J. M. São Carlos, 2013. Arquivo em formato .MP3 (46 min). Entrevista concedida a autora.

BURKE, R. **Televisão Educativa**. São Paulo: Cultrix, 1971.

BUSTAMANTE, E. **La televisión económica: financiación, estrategias y mercados**. Barcelona: Editorial Gedisa, 1999.

_____. **Hacia un Servicio Público Democrático**. Tendencias 06 Medios de Comunicación. Fundação Telefonica, 2006.

BUSTAMANTE, E.; LANAS, P. C. La Política audiovisual de los gobiernos Zapatero: balance de la segunda legislatura. In: GRAVÁN, M. L. (coord). **El futuro de la televisión pública**. La necesaria alianza con la ciudadanía. Madrid: Editorial Popular, 2012.

CABALLERO, F. S. Servicio público audiovisual y nuevo ecosistema informativo. Líneas de reflexión para un debate democrático. In: BADILLO, A. M.; CABALLERO, F. S. (Ed.). **La transición a la televisión digital terrestre en Iberoamérica: diagnóstico y prospectiva**. Quito: Editorial Quipus, CIESPAL, 2011.

CABRAL, A. Economia política da comunicação no Brasil: terreno fértil para análises maduras. In: BRITTOS, V. C.; CABRAL, A. (Org.). **Economia Política da Comunicação: interfaces brasileiras**. Rio de Janeiro: E-papers, 2008.

CABRAL, E. D.; CABRAL FILHO, A. V. O Estado como artífice do público no governo Lula: análise do sistema público de comunicação no Brasil. In: II Encontro da União Latina de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura, 2008, Bauru. **Anais II Encontro da União Latina de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura**. Bauru: UNESP, 2008. p.1-18

CARMONA, B. A marca da TV pública. In: Vários autores. **I Fórum Nacional de TVs públicas: Diagnóstico do Campo Público de Televisão**. Brasília: Ministério da Cultura, 2006. p.21-26.

CARRATO, A. Possibilidades para TV pública no Brasil. Uma reflexão a partir da experiência da Public Broadcasting Service (PBS). In: II Colóquio Brasil- Estados Unidos de Ciência da Comunicação, 2005, p.1-15

CARTA DE BRASÍLIA. Manifesto pela TV Pública independente e democrática. In: I Fórum Nacional de TVs públicas, 2007. Disponível em: <<http://www.cultura.gov.br/site/wp-content/uploads/2008/11/cartadebrasil.pdf>>. Acesso em: 01 jun. 2012.

CARVALHO, J. M. Políticas para comunicação e cidadania: o discurso inclusivo do livro verde brasileiro. In: BRITTOS, V.; CABRAL, A. (Org.) **Economia Política da comunicação: interfaces brasileiras**. Rio de Janeiro: Editora E-papers, 2008.

CASTRO, E: depoimento [30 mai. 2013]. Entrevistadora: CARVALHO, J. M. Arquivo em formato .MP3 (44 min). Entrevista concedida a autora via skype.

CHILE. Lei 17.377, de 24 de outubro de 1970. Cria o Conselho Nacional de Televisão. 24 out. 1970. Disponível em <<http://www.leychile.cl/Navegar?idNorma=28963&idVersion=1970-10-24>>. Acesso em: 12 mar. 2012.

_____. Lei 19.131, de 30 de março de 1992. Modificou o Conselho Nacional de Televisão. 30 mar. 1992. Disponível em <<http://chile.justia.com/nacionales/leyes/ley-n-19-131/gdoc/>>. Acesso em 12 mar. 2012.

_____. Lei 19.132, de 30 de março de 1992. Cria Empresa de Televisão Nacional do Chile. 30 mar. 1992. Disponível em: <<http://www.tvn.cl/corporativo/documentos/Ley19132.pdf>>. Acesso em 12 mar. 2012.

CIFUENTES, D. P. Televisão Pública na América Latina: crises e oportunidades. In: BELTRAN, G. R. et al. (Org.). **Televisão pública: do consumidor ao cidadão**. São Paulo: Friedrich Ebert Stiftung, 2002. p.120-154

CRUZ, R. **Tv digital no Brasil: tecnologia versus política**. São Paulo: Editora Senac, 2008.

CUTLER, A. et al. **O capital de Marx e o Capitalismo de hoje**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1977.

D'ARMA. United Kingdom. In: FIDALGO, J.; LAMEIRAS, M.; SOUSA, H.; TRÜTZSCHLER, W. (Ed.). **Media Regulators in Europe: A Cross-Country Comparative Analysis**. Braga: Communication and Society Research Centre University of Minho, 2013. p.180-191

DEPARTAMENT FOR CULTURE, MEDIA AND SPORT. BROADCASTING. **Copy of Royal Charter for the continuance of the British Broadcasting Corporation**, 2006. Disponível em: <http://www.bbc.co.uk/bbctrust/assets/files/pdf/about/how_we_govern/charter.pdf>. Acesso em 25 já. 2013.

DINIZ, L. **TV Brasil, um canal com muitos sotaques e independente**. Disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/news/view/tv_brasil_um_canalcom_muitos_sotaquese_independente>. Acesso em: 20 abr. 2013.

DONCEL, L. “El Consejo de Europa preocupado por las injerencias políticas en RTVE”, El País, Bruxelas 30 de Jan. 2013. Disponível em: <http://sociedad.elpais.com/sociedad/2013/01/29/actualidad/1359491498_883641.html> Acesso em: 01/02/2013

DUARTE, M. Y. M. Estudo de Caso. In: DUARTE, J.; BARROS, A (Org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2009. p.215-235

DUARTE, J. Entrevista em profundidade. In: DUARTE, J.; BARROS, A (Org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2009.p.62-83

EBC. **Plano de trabalho 2013**, 2013a. Disponível em <http://www.conselhocrador.ebc.com.br/sites/_conselhocrador/files/files/2_Plano_de_Trabalho_EBC_2013.pdf>. Acesso em: 25 mai. 2013.

_____. **Televisão: diretrizes de conteúdo 2013**, 2013b. Disponível em: <http://www.conselhocrador.ebc.com.br/sites/_conselhocrador/files/files/TELEVIS%C3%83%C6%92O%20-%20DIRETRIZES%20DE%20CONTE%C3%83%C5%A1DO%20DO%20PLANO%20DE%20TRABALHO%202013.pdf>. Acesso em: 24 mai. 2013.

ESPANHA. Lei de Rádio e Televisão de Titularidade Estatal 17/2006. Disponível em: <<http://www.boe.es/boe/dias/2006/06/06/pdfs/A21207-21218.pdf>>. Acesso em: 21 jul. 2012.

_____. Lei 24/2001 de 31 de dezembro de 2001. Lei de Orçamento geral do Estado. Disponível em <<http://www.boe.es/boe/dias/2001/12/31/pdfs/A50493-50619.pdf>>. Acesso em: 20 abr. 2013.

_____. Lei 35 de 22 de dezembro de 1992. Responsável por reformar a Lei de Ordenação das Telecomunicações. Disponível em <<http://legislacion.derecho.com/ley-35-1992-de-la-television-por-satelite>>. Acesso em: 05 fev. 20.

_____. Lei 37 de 13 de dezembro de 1995. De Telecomunicações por satélite. Disponível em: <<http://www.boe.es/boe/dias/1995/12/13/pdfs/A35705-35708.pdf>>. Acesso em 05 fev. 2013.

_____. Lei 46 de 26 de dezembro de 1983. Reguladora do Terceiro Canal de Televisão. Disponível em <<https://www.boe.es/boe/dias/1984/01/05/pdfs/A00247-00248.pdf>>. Acesso em: 05 fev. 2013.

_____. Mandato-marco da Corporação RTVE. Disponível em: <http://www.rtve.es/contenidos/documentos/MANDATO_MARCO_18_12_07.pdf>. Acesso em: 18 jan. 2013.

_____. Real Decreto 15 de 20 de abril de 2012. Modificação do regime de administração da Corporação RTVE, previsto na Lei 17/2006. Disponível em: <<http://www.boe.es/boe/dias/2012/04/21/pdfs/BOE-A-2012-5338.pdf>>. Acesso em: 25 jan. 2013.

_____. Real Decreto 2169 de 09 de outubro de 1998. Por ele se aprova o Plano Técnico Nacional da Televisão Digital Terrestre. Disponível em <<http://www.boe.es/boe/dias/1998/10/16/pdfs/A34244-34248.pdf>>. Acesso em 25 jan. 2013.

FERNANDES, F. (Org) **K. Marx e F. Engels**. São Paulo: Editora Ática, 1989. (Coleção grandes cientistas sociais).

FERNÁNDEZ, V. F. Por uma televisão pública para América Latina. In: BELTRAN, G. R. et al. (Org.). **Televisão pública: do consumidor ao cidadão**. São Paulo: Friedrich Ebert Stiftung, 2002. p.155-200.

FERREIRA, F.; JAMBEIRO, O. Comunicações como Serviço Público no Brasil: Configuração Contemporânea. **Revista Brasileira de Políticas de Comunicação**, v. 01, p. 01-19, 2011.

FERREIRA, M. K. D. **Comunicação pública e cidadania**: um estudo exploratório na unidade do Poupatempo Bauru (SP). 2009. 182f. Dissertação (Mestrado)- Universidade Estadual Paulista. Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Bauru, 2009.

FONSECA, V. A economia política e os estudos de comunicação. **Revista Verso e Reverso – Revista da Comunicação**, ano XXI, n. 48, 2007.

FRADKIN, A. **O desafio da TV pública**: uma reflexão sobre sustentabilidade e qualidade. Rio de Janeiro: Rede Brasil, 2006

FUENZALIDA, V. La reforma de TVN em Chile: logros e problemas. In: UNESCO. **Radiotelevisión de Servicio Público**: un manual de mejores prácticas/ UNESCO. (1ed.) – San José: Oficina de la Unesco para América Central, 2006.

_____. La reforma de la Televisión Nacional em Chile. In: **Sala de Prensa**, ano II, v.2, 1999. Disponível em: < <http://www.saladeprensa.org/> > . Acesso em: 09 nov. 2012.

GARNHAM, N. Contribution to a political economy of mass communication. In: **Media, Culture and Society**, n. 1, p.123-146.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 1999.

GIL, G. Uma agenda estratégica para o Brasil. In: Vários autores. **I Fórum Nacional de TVs públicas**: Diagnóstico do Campo Público de Televisão. Brasília: Ministério da Cultura, 2006. p.5-8

GOBBI, M. C.; SILVA, D. M. F. Cenários e desafios da digitalização para as TVs públicas. In: GOBBI, M. C.; KERBAUY, M. T. M. (Org.). **Televisão digital**: informação e conhecimento. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2010. p.179-198.

GODOI, G. C. S. **Comunicações no Brasil**: complexidade, regulação e conexões com a democracia. Rio de Janeiro: 2004.

GÓMEZ, G. O. Mediações e televisão pública: a desconstrução múltipla da televidência na era da vassalagem mediática. In: BELTRAN, G. R. et al. (Org). **Televisão pública**: do consumidor ao cidadão. São Paulo: Friedrich Ebert Stiftung, 2002. p.233-266

GÓMEZ, R. G. Los programas más caros de TVE. **El país**, Madri, 13 abr. 2013. Disponível em: <http://cultura.elpais.com/cultura/2013/04/12/television/1365796815_355916.html> . Acesso em: 13 abr. 2013.

_____. Hacienda cuestiona el uso que TVE hace del patrocinio cultural. **El país**, Madri, 07 abr. 2013. Disponível em: <http://sociedad.elpais.com/sociedad/2013/04/07/actualidad/1365363087_393883.html> . Acesso em: 07 abr. 2013.

_____. La contrarreforma de RTVE. **El País**, Madri, 20 ago. 2012. Disponível em: <http://sociedad.elpais.com/sociedad/2012/08/04/actualidad/1344105813_424577.html>. Acesso em: 30 jan. 2013.

_____. RTVE cierra 2012 con un déficit de 113 millones de euros. **El país**, Madri, 20 mar. 2013. Disponível em: <http://cultura.elpais.com/cultura/2013/03/20/television/1363811757_444540.html>. Acesso em: 20 mar. 2013.

GRAMSCI, A. **Cadernos do Cárcere – Os Intelectuais. O Princípio Educativo. Jornalismo.** Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2000.

HORWITZ, R. B. **The irony of the regulatory reform: the deregulation of American telecommunications.** New York; Oxford: Oxford University Press, 1989.

HOSSOÉ, H. S. **A política de reordenação do sistema público de TV brasileiro e o processo de implementação da TV Brasil.** 2012. 172f. Tese (Doutorado) - Universidade Federal do Maranhão, Programa de Pós-graduação em Políticas Públicas, São Luís, 2012.

_____: depoimento [28 mai. 2013] Entrevistadora: CARVALHO, J. M. Arquivo em Formato .MP3 (2hr). Entrevista concedida a autora via skype.

IBARRA, K. A. **Origen y Culminación de la reestructuración del ente público RTVE en la nueva corporación RTVE.** Disponível em: <http://www.cesfepesegundo.com/revista/articulos2008/Art%C3%ADculo%20Karen%20Arriaza%20II_corregido.pdf>. Acesso em: 27 jul. 2012.

JAMBEIRO, O. A radiodifusão sob o regime da Constituição de 1934. In: VI Congresso latino-americano de investigadores de la Comunicación, 2002, Santa Cruz de la Sierra. **Anais VI Congresso latino-americano de investigadores de la Comunicación.** Santa Cruz de la Sierra: Alaic, 2002. p.1-19

_____. **A TV no Brasil do século XX.** Salvador: EDUFBA, 2001.

JIMÉNEZ, N. R ; SAURA, L. B. Spain. In: FIDALGO, J.; SOUSA, H.; TRÜTZSCHLER, W.; LAMEIRAS, M. (Ed.). **Media Regulators in Europe: A Cross-Country Comparative Analysis.** Braga: Communication and Society Research Centre University of Minho, 2013. p.147-168

JOSEPH, A. Media Matter Citizens Care: The who, what, when, where, why, how, and buts of citizens' engagement with the media. In: **Advocacy Brochure on Citizens and the Media,** 2005.

JULIO, P; MORENO, F. SANTA MARÍA, J. L. TVN 1990. Las claves de gestión exitosa. **Cuadernos de Información**, nº21, 2007- II, p.48-65.

LAMEIRAS, M.; SOUSA, H. Portugal. In: In: FIDALGO, J.; SOUSA, H.; TRÜTZSCHLER, W.; LAMEIRAS, M. (Ed.). **Media Regulators in Europe: A Cross-Country Comparative Analysis.** Braga: Communication and Society Research Centre University of Minho, 2013. p.137-146

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

_____. A Televisão Pública Brasileira: um vazio histórico. In: XVI Encontro da Compós, 2007, Curitiba. **Anais... (ou Resumos...)**. Curitiba: UTP, 2007. p.1-18

_____. Sociedade e Televisão. In: BRITTOS, V. C.; CABRAL, A. (Orgs.). **Economia Política da Comunicação: interfaces brasileiras**. Rio de Janeiro: E-papers, 2008. p.192-200

LIMA, V. **O princípio da complementaridade**, 2009. Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/o_principio_da_complementaridade>. Acesso em: 26 mar. 2013.

_____. **Um Lutador pela comunicação democrática**, 2008. Disponível em: <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/um-lutador-pela-comunicacao-democratica>>. Acesso: 24 mar. 2012.

LIMA, M. É. de O. **RTP: local ao global**, 2005. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/lima-erica-rtp-local-global.pdf> 2005>. Acesso em 15 set. 2012.

LOPES, V. O. N. A lei da Selva. In: BUCCI, E. (Org.) **A TV aos 50: criticando a televisão brasileira no seu cinquentenário**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2000. p.167-182

LULA PRESIDENTE. **Programa de Governo 2007-2010**. Disponível em <http://bvsmis.saude.gov.br/bvs/publicacoes/plano_governo.pdf>. Acesso em 20/05/2013

LUZ, M. L. S. V. A. **Gestão e fomento para a televisão digital pública**. 2010. 153f. Dissertação (Mestrado) - Universidade Estadual Paulista. Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Bauru, 2010.

MANFREDI, J. L. **La televisión pública en Europa**. Madrid: Ediciones y Publicaciones Autor, 2008.

MARTÍN BARBERO, J. Televisão pública, televisão cultural: entre a renovação e a invenção. In: BELTRAN, G. R. et al. (Org.). **Televisão pública: do consumidor ao cidadão**. São Paulo: Friedrich Ebert Stiftung, 2002. p.41-80

MARX, K. **Contribuição para a crítica da economia política** /Karl Marx. Tradução de Maria Helena Barreiro Alves. Lisboa : Estampa, 1971. p.365

MATTELART, A.; MATTELART, M. **História das teorias da comunicação**. São Paulo: Loyola, 2003.

MELEIRO, A; MENDONÇA, J. M. In: Preparação do 2º Fórum Nacional de Televisão Pública, 2009. **Observatório do Direito à Comunicação**. Disponível em:<http://www.direitoacomunicacao.org.br/content.php?option=com_content&task=view&id=4624>. Acesso em: 22 jun. 2012.

MIOLO, E. **Radiodifusão pública e participação deliberativa : um estudo das características e dos modos de atuação do Conselho Deliberativo da Fundação Cultural Piratini**. 2009. 195f. Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal da Bahia, Faculdade de Comunicação, Salvador, 2009.

MORAES, D. Comunicação, hegemonia e contra-hegemonia: a contribuição teórica de Gramsci. In **Revista Debates**, Porto Alegre, v.4, n.1, p.54-77, jan-jun, 2010.

MORIGI, V. J.; VANZ, S. A. S.; GALDINO, K. Cidadania, novos tempos, novas aprendizagens: novos profissionais? **Em Questão**, v.9, n.1. Porto Alegre: Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da UFRGS, jan./jun.2003.

MOSCO, V. La Economía Política de la Comunicación: una actualización diez años después. In: **Cuadernos de Información y Comunicación (CIC)**, v.11, p. 57-79, 2006.

_____. La Economía política de la comunicación: una tradición viva. In: ALBORNOZ, L. A. (Org.) **Poder, medios, cultura: una mirada crítica desde la economía política de la comunicación**. Buenos Aires: Paidós, 2011.

_____. **Repensando e renovando a economia política da informação**. Belo Horizonte: Perspectivas em Ciência da Informação, v.3, n.2, p.97-114, jul./dez 1998.

MOTA, M. R. P. Uma pauta pública para uma nova televisão brasileira. **Revista de Sociologia e Política**, Curitiba, v. 22, p. 77-86, jun. 2004.

NOGUEIRA, M. A. Sociedade civil, entre o político-estatal e o universo gerencial. In: **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, vol. 18, n.52, p. 185-202, 2003.

ORTIZ, R. **A moderna tradição brasileira: cultura brasileira e indústria cultural**. São Paulo: Brasiliense, 2006.

OTONDO, T. M. **Televisão Pública na América Latina: Para quê e para quem?**. 2008. 358f. Tese (Doutorado)- Universidade de São Paulo. Programa de Pós-Graduação em Integração da América Latina – PROLAM/USP, 2008.

OUVIDORIA EBC. **Relatório Anual 2012**. Disponível em: <http://conselhocurador.ebc.com.br/sites/_conselhocurador/files/relatorio_atividades_ouvidoria_ebc_2012.pdf>. Acesso em: 20 mar. 2013.

PÉREZ, R. M.; SAURA, L. B. **Los retos de las televisiones públicas: financiación, servicio público y libre mercado**. Sevilla: Comunicación Social Ediciones y publicaciones, 2009

PEREIRA, S. **Sistema Público de Comunicação no Brasil: as conquistas e os desafios**. Observatório do Direito à Comunicação, 2009.

PEARCE, J. L.; ROSENER, J. Advisory Board Performance: Managing Ambiguity and Limited Commitment in Public Television. In: **Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly**, n. 14, 1985. p. 36-47.

PEREIRA, S. **Sistema Público de Comunicação no Brasil: as conquistas e os desafios**. Disponível em <http://www.direitoacomunicacao.org.br/content.php?option=com_docman&task=doc_details&gid=485&Itemid=99999999>. Acesso em: 28 mai. 2012.

_____. Participação, transparência, autonomia e independência no campo da mídia pública no Brasil. In: Grupo de Trabalho (GT) de Políticas de Comunicação do V Encontro da

Compolítica, 2013, Rio de Janeiro. **Anais V Encontro da Compolítica**. Curitiba: Universidade Federal do Paraná (UFPR), 2013.

PINTO, M. **Televisão e cidadania** – contributos para o debate do serviço público. Porto: Campos das Letras, 2005.

PIRES, A. P. Amostragem e pesquisa qualitativa: ensaio técnico e metodológico. In: POUPART, J. **A pesquisa qualitativa**. Enfoques epistemológicos e metodológicos. Petrópolis: Vozes, 2008. p.154-211

PORTELLI, H. **Gramsci e o bloco histórico**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

POLISTCHUK, L.; TRINTA, A. R. **Teorias da Comunicação**: o pensamento e a prática da Comunicação Social. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

PORTUGAL. **Lei nº8 de 14 de Fevereiro de 2007**. Que procede à reestruturação da concessionária do serviço público de rádio e televisão. 14 fev. 2007. Disponível em <http://img.rtp.pt/wportal/grupo/governodasociedade/pdf/lei_n8_14fev2007.pdf>. Acesso em: 20 fev. 2013.

RAMOS, M.C. **Empresa Brasil de Comunicação (EBC): uma análise do seu modelo institucional**, 2012. Disponível em: <<http://www.conselhcurador.etc.com.br/documento/empresa-brasil-de-comunicacao-etc-uma-analise-do-seu-modelo-institucional>>. Acesso em 10 mai. 2013.

_____. A força de um aparelho privado de hegemonia. In: BOLAÑO, C.; BRITTOS, V. (Org.). **Rede Globo: 40 anos de poder e hegemonia**. 2. ed. São Paulo: Paulus, 2005.

RABOY, M. Towards a new Ethical Environment for Public Service Broadcasting. In: **Studies of broadcasting: An International Annual of Broadcasting Science**. Tokyo: Theoretical Research Center/NHK Broadcasting Culture Research Institute, p.7-35,1993.

REITH, J. Broadcasting over Britain. In: GOLDING, P; MURDOCK, G. (org). **The Political Economy of media**. Chenttenham, Elgar Reference Collection, v.2, 1997.

RICHERI, G. **La transición de la televisión: análisis del audiovisual como empresa de comunicación**. Barcelona: Bosch, 1994.

ROCHA, L. V. **A televisão pública num ambiente de competição comercial: estudo dos modelos brasileiro e português**. 2006. 218f. Tese (Doutorado) – Universidade de São Paulo. Escola de Comunicação e Artes (ECA), São Paulo, 2006.

ROJAS, P. S. RTVE en tiempos revueltos. In: GRAVÁN, M. L. (Coord.) **El futuro de la televisión pública**. La necesaria alianza com la ciudadanía. Madrid: Editorial Popular, 2012. p.87-100

RONCAGLIOLO, R. Latin America: Community Radio and Television as Public Service Broadcasting. In: **Unesco Public Service Broadcasting**. Cultural Educational Dimensions. Paris: UNESCO,1996.

SANCHÉZ, J. L. M. El reto digital de las televisiones públicas en europa: las estrategias de la BBC y de RTVE. **Revista Telos**, julh-set, 2006.

SANTOS, S. dos. Get back to where you once belonged: alvorada, ocaso e renascimento da economia política nas análises da comunicação. In: BRITTOS, V. C.; CABRAL, A. (Org.). **Economia Política da Comunicação: interfaces brasileiras**. Rio de Janeiro: E-papers, 2008.

SANTOS, S.; SILVEIRA, E. Serviço e interesse público nas comunicações. In: RAMOS, M.C.; SANTOS, S. (Org.). **Políticas de Comunicação: buscas teóricas e práticas**. São Paulo: Paulus, 2007.

SANTOS, L. A.; SOUSA, H. A RTP e serviço público – um percurso de inultrapassável dependência e contradição. In: PINTO, M. (Coord.). **Televisão e cidadania – contributos para o debate do serviço público**. Braga, Departamento de Ciências da Comunicação da Universidade do Minho, 2003. Disponível em:<http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/1002/1/helenasousa_lu%C3%ADssantos_RTP_2003.pdf>. Acesso em 13 jan. 2013.

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

SEGOVIA, A. I. Cincuenta años de Economía Política de la Comunicación. In: **CIC – Cuadernos de Información y Comunicación**, vol 11, p.7-10, 2006.

SENNA, O. TV pública: uma janela para o futuro audiovisual brasileiro. In: Vários autores. **I Fórum Nacional de TV's públicas: Diagnóstico do Campo Público de Televisão**. Brasília: Ministério da Cultura, 2006. p.9-12

SERRA, S. Vertentes da Economia Política da Comunicação e pesquisa do jornalismo. In: Grupo de Trabalho (GT) Estudos de Jornalismo, XV Encontro da Compós, 2006, Bauru. **Anais XV Encontro da Compós**. Bauru: UNESP, 2006. p.1-16

SILVA, S. P. Sistema Público de comunicação nos Estados Unidos. In: **Intervozes - Sistemas públicos de comunicação no mundo: experiência de doze países e o caso brasileiro**. São Paulo: Paulus, VALENTE, 2009a. 137-156 (Coleção Comunicação)

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

SILVEIRA, E. G. **PBS – Public Broadcasting Service Uma análise do modelo de Televisão Pública Americana**. 2002. 140f. Dissertação (Mestrado) – Universidade de Brasília, Faculdade de Comunicação. Brasília, 2002.

STEVANIM, L. F. F. Experiências de televisões públicas no mundo: distinções para o conceito de caráter público. In: **Revista de Economia Política de las tecnologías de la información y Comunicación**. Vol XII, n.1, enero – abril/ 2010. Disponível em: <<http://www.eptic.com.br/arquivos/Revistas/vol.XII,n1,2010/LuizStevanim.pdf>>. Acesso em: 23 ago. 2011.

TORVES, J. C. **Televisão Pública**. Porto Alegre: Editora Evangraf Ltda, 2007.

TOSTA, W. TV Brasil atinge menos de 1% do país. Disponível em: http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/o_estado_de_s_paulo_37242 Acesso em 20/04/2013

UNESCO. **La radio y televisión pública. ¿Por qué? ¿Cómo?** Conseil Mondial de la Radiotelevisión (CMRTV), 2001

_____. **Indicadores de desenvolvimento da Mídia:** marco para a avaliação dos meios de comunicação. Brasília: UNESCO, 2010.

_____. **Radiotelevisión de servicio público:** un manual de mejores prácticas. San José: Oficina de La Unesco para América Central, 2006.

VALENTE, J. **TV Pública no Brasil:** a criação da TV Brasil e sua inserção no modelo de regulação setorial da televisão brasileira. 2009. 210f. Dissertação (Mestrado) - Universidade de Brasília, Faculdade de Comunicação. Brasília, 2009a.

_____. Concepções e abordagens conceituais sobre sistema público de comunicação. In: **Intervozes - Sistemas públicos de comunicação no mundo: experiência de doze países e o caso brasileiro.** São Paulo: Paulus, 2009b p.25-45 (Coleção Comunicação)

_____. Sistema Público de Comunicação da Espanha In: **Intervozes - Sistemas públicos de comunicação no mundo: experiência de doze países e o caso brasileiro.** São Paulo: Paulus, 2009d. 117-136 (Coleção Comunicação)

_____. Sistema Público de Comunicação do Reino Unido In: **Intervozes - Sistemas públicos de comunicação no mundo: experiência de doze países e o caso brasileiro.** São Paulo: Paulus, 2009c. p.235-254 (Coleção Comunicação)

_____. Televisão Pública: da esfera pública ao aparelho de Estado. In: II Encontro da União Latina de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura, 2008, Bauru. **Anais II Encontro da União Latina de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura.** Bauru, 2008.

WASKO, J. La Economía Política del cine. In: **CIC – Cuadernos de Información y Comunicación**, vol 11, p.95-110, 2006.

WOLTON, D. **Elogio ao grande público:** uma teoria crítica da televisão. São Paulo: Editora Ática, 1996.

YIN, R. K. **Estudo de Caso:** planejamento e métodos. Tradução Ana Thorell. Porto Alegre: Bookman, 2010.

ZABALZA, R. L.; PATTERSON, J. R. Consejo de Informativos TVE. Gestación y primero años de história. In: GRAVÁN, M. L. (Coord.) **El futuro de la televisión pública.** La necesaria alianza com la ciudadanía. Madrid: Editorial Popular, 2012.

ZYLBERSZTAJN, J. **Regulação de Mídia e colisão entre direitos fundamentais.** 2008. 210f. Dissertação (Mestrado) - Universidade de São Paulo. Faculdade de Direito, São Paulo, 2008.

Anexos

Entrevistas

As Entrevistas seguem a ordem em que foram realizadas

Entrevista Debora Burini

Doutora em Comunicação pela Universidade Metodista de São Paulo - UMESP (2010), Mestre em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP (1996), e Bacharel em Rádio e Televisão pela Universidade Braz Cubas (1989). Desenvolve pesquisas em TV Pública e Digital. Atuou desde 1988 em emissora de televisão, e participou como membro do Conselho Deliberativo da Direção do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (1995). Professora Universitária desde 1995, atualmente ministra aulas na UFSCar - Universidade Federal de São Carlos e participa do Conselho de Programação da TVE - TV Educativa de São Carlos como representante Suplente do Curso de Imagem e Som. Entrevista concedida à autora no dia 24 de maio de 2013 na Universidade Federal de São Carlos.

P. Qual importância de um país possuir uma televisão pública?

D. Então eu acho que é de fundamental importância, se a gente pensar qual é o contexto da televisão e dos meios de comunicação no país. A gente tem um panorama de TV aberta, que é a TV de sinal aberta, no Brasil que é muito voltada aos interesses da publicidade, de uma programação que ela não visa, muitas vezes, o interesse público, e assim, estas TVs hoje são estruturadas de uma maneira comercial. Então muito daquilo que é a grade de programação delas, é em vista daquilo que há em termos de interesse publicitário e comercial. Uma TV pública vem para justamente oferecer uma grade de programação, um espaço público de difusão de conteúdos, de entretenimento, de educação, enfim, de informação, que seja mais isenta em relação aquilo que seriam os interesses comerciais.

E num segundo momento eu acho que uma TV pública funciona no sentido de garantir a população esse espaço público de debate né? Mas isso só é possível se houver uma motivação através desses jornalismo sociais, sindicatos, universidades, enfim, ONGs, a sociedade civil organizada esses atores sociais que contemplariam esse espaço público. Então eu acho que ela é de fundamental importância.

P. Sobre o cenário em que foi concebido o projeto da TV Brasil, gostaria que a senhora colocasse sua percepção sobre o primeiro e segundo Fóruns Nacionais de Televisão Pública.

D. Então eu acho que assim, o cenário... quando a TV Brasil começa a gente tem que voltar um pouco na história política brasileira. A coisa ela começa a ser discutida, a comunicação, a mídia, no momento em que há a perda do candidato Lula frente ao Collor num debate televisivo. Então eu acho que ali é o que a gente chamaria, vamos dizer, o embrião da

discussão em relação à mídia no país. Eu acho que até o movimento das rádios comunitárias, num primeiro momento, tinha esse foco que era discutir a mídia brasileira que historicamente sempre se deu através de uma barganha política. Então a gente sabe que as concessões desses canais, desses jornais, dessas revistas, enfim, das rádios, sempre se deu num patamar de barganha política. E nós, que estudamos a mídia brasileira, historicamente sabemos que os donos dessas emissoras se concentravam basicamente nas mãos de 4 famílias do país. Eu acho que isso era um panorama que já vinha há muitos anos.

Então desde que a televisão se inicia, ela se inicia dentro dessa configuração política que era das concessões dadas, obviamente, a políticos, que, muitas vezes, não apareciam como donos das emissoras, mas eles estavam por trás delas, ainda com parte de ações, enfim, como acionistas majoritários dessas emissoras. A lei ela também previa que no máximo 5 concessões poderiam ser dadas para o mesmo dono.

Enfim, a configuração política na época era a configuração de uma mídia muito voltada ao interesse político. E aí, nesse momento em que se percebe que a mídia pode corroborar para... que um candidato vença e ao mesmo para que um candidato sofra um impeachment, por que de certa forma há também um viés, uma tese de que a mídia ela também colaborou no sentido da queda do Collor.

A gente então começa a pensar que de fato há a necessidade de uma discussão muito maior em relação à mídia no país. Principalmente a televisão que é uma mídia de massas. Assim, o que é passado na televisão, passa a ter uma credibilidade, ainda que não seja, as vezes, verdadeiro, ou que, ainda, que você tenha que ter uma análise crítica sobre aquilo que está sendo dito, mas as grandes massas é que sofrem mais por isso, que não têm, muitas vezes, acesso a outros meios de informação, que se pautam pelos telejornais, por aquilo que são as linhas editoriais desses programas para se informar, ou de alguma maneira se entreter. Então eu acho que o projeto da TV Brasil nasce muito nesse cenário de discussão em relação ao cenário político.

Paralelamente a isso, havia também através do I fórum social mundial, que aconteceu no sul do país, o levantamento de um país, que no caso era a Venezuela, que havia o interesse de fazer uma TV na América Latina, então ali também se “pipocou”, “pipocou” é o modo de falar né? Mas, enfim, que também começou a se pensar em uma televisão para a América Latina que não sofresse tanto aquilo que seria o império americano. Então assim, a Telesur que era a TV inicialmente pensada para alguns países da América do Sul e também Cuba, que não compõe a América do Sul, mas enfim, a América Latina como um todo. Foi naquele momento que se pensou que também poderia existir a possibilidade de uma TV pública no nosso país. Inclusive eu acho que isso está no histórico da Tese, não me lembro qual página é, mas isto consta ali.

Só que isto foi pensado dentro de um contexto, de um governo, mais tarde, obviamente mais tarde, que era de um governo de oposição em tese, então, quer dizer, essa TV ela iria servir a quem? Como é que ela seria constituída? O projeto inicial, ele era um projeto, obviamente, de romper com esse latifúndio midiático que existia, e trazer a população do país e talvez até da América Latina uma opção de grade de programação que oferecesse conteúdos que não fossem comerciais e que tivessem uma independência política. Eu acho que aí... lógico a gente está dando um salto, um pulo bem grande na história... e surge em 2007 o I fórum

nacional de televisão pública. Eu acho que esse primeiro fórum, no meu ponto de vista, ele teve um caráter, assim, vamos dizer, de ato heróico, né? Por que até então nunca se discutiu isso, nunca se discutiu a questão do marco regulatório, havia sim um interesse muito grande das forças de oposição e de organização social no país. Então eu acho que o I fórum nacional foi o ponta pé que marcou efetivamente, assim... como se fosse um desbravador nesse cenário hostil que era da mídia brasileira. Mas ele pouco avançou, no meu ponto de vista, no sentido de estabelecer determinadas regras, ou determinadas medidas que pudessem de fato serem concretizadas em pouco tempo. Eu acho que isso aconteceu, talvez, no II Fórum, eu acho que ele conseguiu estimular mais a participação da sociedade civil organizada, eu acho que, que o fórum ele contribuiu muito para a discussão da TV Brasil que, naquele momento, já estava em vias de ser inaugurada... nossa me fugiu até o que era a primeira pergunta... sobre o cenário né?

R. Sim, sim

D. Então eu acho que o cenário era esse. Era um cenário político, no meu ponto de vista, muito hostil do ponto de vista da mídia, que a população muitas vezes ficava, e fica ainda até hoje, eu acho, refém daquilo que é o conteúdo dessas emissoras de televisão, de rádios, de jornais, enfim, tudo isso. Mas é eu acho, que assim, dá para trazer um pouco mais de informação, depois na página 180 que é quando eu falo sobre o I Fórum e depois eu tenho um pouco mais para frente na página 182, 184 eu falo sobre o II Fórum que foi em 2009.

P. Para a senhora o que representou a criação da TV Brasil no mercado de televisão nacional?

D. Então, eu acho que no mercado de TV a criação, ela de alguma maneira, assim, não é que ela mexeu com esse mercado, mexer com mercado eu acho um exagero, talvez ela não tenha mexido com o mercado, mas eu acho que algumas produções passaram a ter um respeito maior... eu acho que aquilo que era um projeto no papel ele passou a existir enquanto conteúdo de fato. Ganhou-se prêmios com muitas produções que essa TV fez, eu acho que teve aí um reconhecimento desse trabalho, dessa gestão, enfim, eu acho assim, que no mercado brasileiro hoje a TV Brasil não representaria uma parcela de competição, eu acho que o foco é diferente, o objetivo eu acho que é diferente, não se está propondo uma TV que queira competir no mercado com outras produções. Mas eu considero a TV Brasil como um celeiro de produções, onde você pode, de alguma maneira, produzir conteúdos culturais, interessantes que tratem da história e da... enfim, da cultura brasileira de uma maneira mais isenta de interesses comerciais, e isso de alguma maneira pode ser uma forma de você ter a TV como um celeiro de produções, que se funciona na TV Brasil pode funcionar em outras emissoras também.

Os modelos de produção, enfim, os pitchings que são realizados, eles abrem uma competição, mas não é num mercado de disputa de espaço de audiência, nada disso, eu acho que é num espaço de produção, de co-produções também e que podem trazer uma valorização desses

conteúdos que são transmitidos. Mas eu acho que representou um ganho, assim, sem sombra de dúvida, principalmente para a população, não tanto talvez para o mercado, mas mais para a população.

P. Partindo do principio da complementaridade entre o sistema publico, privado e estatal, presente na constituição federal, qual sua opinião sobre o papel desempenhado pela TV Brasil no setor televisivo.

D. Eu acho que essa questão do sistema público, privado, estatal, eu acho que aí a gente tem que parar um pouco e tentar entender o que é cada um desses sistemas, porque eu acho que no Brasil a gente costuma, as vezes, misturar tudo num mesmo saco, vamos chamar assim. Eu acho assim, basicamente a gente teria dois tipos de televisão: aquilo que eu consideraria como público e aquilo que eu consideraria como privado. Dentro das públicas eu acho que a gente têm as institucionais e têm as públicas de fato, ou seja, as públicas-públicas.

As públicas que são as institucionais no meu ponto de vista elas são aquelas que são controladas por um aparelho como um governo do estado, como um governo federal, como uma câmara dos deputados. Então por exemplo, TV senado para mim é uma TV pública de caráter público porque ela vai atender a população, mas ela tem um viés institucional, porque ela está amparada pelo Senado da República, aí eu consideraria aquilo, que eu chamaria de TVs públicas Institucionais.

As TVs públicas, públicas, são aquelas em que os aparelhos que de alguma maneira as constituem, elas tem uma finalidade e elas são controladas por cidadãos, ou por representações de cidadãos, então, assim, organismos que de alguma maneira se juntam no sentido de garantir que aquela TV pública tenha uma existência.

Vou pegar o exemplo da cidade de São Carlos. A cidade de São Carlos tem um canal público de televisão que é mantido em parte pela prefeitura e em parte por organismos da cidade, por cidadãos da cidade, que de alguma maneira, não é que eles dão doações, mas é que você tem a contribuição desses cidadãos através de parcerias, através de apoios culturais, enfim, a forma de gestão dessas TVs públicas-públicas, no meu ponto de vista elas não estão engessadas, elas são formadas e de tempos em tempos essas organizações, enfim, esses aparelhos que são criados para manter essas TVs eles são mudados, as pessoas mudam. Eu pelo menos fiz parte durante três anos do conselho de programação dessa TV pública local e daqui as dois anos vão ser eleitos outras pessoas para participarem desses conselhos, então esses conselhos, eles vão de alguma maneira renovar o sangue dessas emissoras que eu acho que não é tão comum isso acontecer numa emissora pública institucional, onde a gente vê que há uma repetição muito grande das pessoas que estão lá, gerenciando.

E tem um outro viés que eu não chamaria de pública que seriam as TVs estatais que são aquelas que pertencem ao estado de fato e que de alguma maneira tem uma estrutura mais voltada para os interesses daquele governo. As privadas, na verdade, elas são na essência TVs públicas, porque se elas são concessões do governo elas também são públicas, porque quem elege os deputados que dão as concessões? Na verdade o sistema teoricamente seria público, mas a administração, quem controla essas emissoras depois que essas concessões são dadas são organismos privados, com interesses, obviamente de lucro, de audiência, de lucro, e de

um mercado publicitário muito presente nelas... Então, assim o panorama das TVs eu acho que de alguma maneira definiria um pouco em relação ao que seria o sistema público, privado e estatal né?

Agora na página 77 eu até falo sobre essa questão da complementariedade e é interessante perceber que dos itens que são colocados ali, alguns desses itens eu discuto também na minha tese em relação à própria TV Brasil, então quer dizer, será que ela de fato atende a essa complementariedade dos sistemas? Será que de fato ela promove esse acesso a informação por meio da pluralidade, de fontes de produção e distribuição, enfim, todos os seis itens que estão na constituição, enfim, através da medida provisória, será que de fato ela consegue contemplar tudo isso? Então é assim, eu tenho a minha opinião a partir de um recorte que eu fiz, mas eu não saberia dizer se até hoje esse papel que a TV Brasil vem desempenhando ele está sendo reforçado e está sendo mantido e até quando isso vai se manter também. Mas assim, no final das contas eu acho que para um tempo pequeno de existência, de 2008 para cá, ela ainda é muito embrião, do meu ponto de vista, para ser uma emissora pública, comparado a outros países, eu acho que ela ainda é um embrião, e eu acho que ela está em busca de ser isso que ela se propunha no papel inicialmente.

P. E pensando no modelo de gestão, quais seriam as limitações e acertos no projeto da TV Brasil, durante esses quase seis anos de existência?

D. Eu acho assim, nessa questão que eu tinha falado em relação à TV pública, pública, por exemplo, o que a gente percebe é que a TV BRASIL está ligada diretamente ao Palácio do Planalto, ela está ligada a aquilo que a gente chamaria de um governo. Praticamente, ela não é ligada a uma fundação, ela é ligada a um organismo que está diretamente ligado ao governo do país. Então eu acho que isso é um elemento que pode gerar certo problema para essa emissora do ponto de vista do seu projeto.

Porque eu acho que a gente teria que ter as fundações? Por aqui o que eu estava discutindo na questão anterior, eu acho que a TV tem que ser mantida por uma forma de conselho que não seja indicado pelo presidente da república que a mão do presidente da república na indicação desses conselheiros, como é o caso da TV Brasil que a última palavra é de quem? É do presidente que vai definir isso e a gente não tem um voto direto, o que é um pouco complicado, não que nas fundações a gente também tenha, mas me parece que as fundações conseguem uma legitimidade maior desses membros. Então as pessoas que são colocadas enquanto membros de uma fundação, em geral elas são eleitas por um organismo social que as garante que tenha ali, respaldo, enfim e competência suficiente para estarem lá. Eu acho que na análise primeira que eu fiz sobre o conselho da TV Brasil eu percebi que ao mesmo tempo que existiam pessoas que tinham um histórico de vida e de trabalho muito voltado para essa atividade que é a televisão, por outro lado existiam pessoas que não conheciam nada de televisão e eram conselheiros. Então, assim, como que eles poderiam contribuir num conselho de uma TV que precisaria ter uma programação para cumprir esse papel do entretenimento sem, enfim, nenhum viés voltado para a publicidade.

Então, vou citar o exemplo do Boni. O Boni era um dos conselheiros da TV Brasil quando ela começa eu acho que o Boni ele é um profissional da mídia no país, ele é um profissional de

muita experiência eu acho que ele teria como contribuir muito nessas discussões, mas se a gente analisar as atas você vê que o Boni participou praticamente de uma reunião desse conselho né? E a gente sabe que o Boni é um empresário da comunicação no país. Por mais que ele tenha o respeito do trabalho que ele fez dentro de uma emissora privada, mas assim, ele participou pelas atas que eu analisei em uma das reuniões, enfim, eu acho que é complicado isso, você ter um conselho de uma TV que se reuni eventualmente, mas o que essas pessoas decidem? Como é decidido isso, enfim, eu acho que aí a gente teria uma limitação realmente de gestão no sentido, principalmente, da sua grade de programação e do próprio financiamento, de como o financiamento é discutido também. Quem discute quanto que é o orçamento de uma TV dessas? É pautado em que, qual é o parâmetro para se oferecer determinadas quantias para uma TV por ano? Eu imagino que seja por aquilo que ela promove, por aquilo que ela produz, agora por outro lado eu acho que tem aí algumas coisas que são assertivas como, por exemplo, a instauração de uma ouvidoria dentro dessa emissora, que nas emissoras privadas não tem. Se tem uma crítica para fazer à Rede Globo você escreve para o SAT, o serviço de atendimento ao telespectador e a sua reclamação não é ouvida, ela é recebida, mas não é ouvida, porque você como telespectador tem pouca chance de alterar isso. Na TV Brasil eu acho que essa crítica na Ouvidoria ela é de alguma maneira não só recebida, mas ela é também ouvida. Pela análise que eu fiz dos três primeiros anos, o que se percebeu é que quando havia por parte do telespectador uma manifestação via ouvidoria para a emissora em relação, por exemplo, a transmissão, grade horária de transmissão de programas, o que se percebeu é que isso depois era usado para, de fato, a emissora alterasse sua grade ou voltasse a ser como era, eu digo na questão de horário da transmissão de alguns programas.

E outro elemento que eu acho assertivo é a questão das audiências públicas que é uma maneira do cidadão conseguir fiscalizar o funcionamento dessa emissora de televisão. Agora imagina você, se uma emissora privada, Bandeirantes, Record, vamos pegar a Record, para não falar que é só a Globo. Imagina a Record fazendo uma audiência pública para que o cidadão ou a pessoa que seja ligada a igreja universal possa ir lá discutir o que ela acha que tem q ser melhor para uma TV Record. Eu acho que isso é pouco provável que aconteça. Então assim, no momento em que a TV Brasil abre esse precedente, não só a TV, mas a própria EBC fez essa audiência para as rádios também. Eu acho que você abre o espaço público de debate, você abre um espaço público onde as pessoas possam ir lá manifestar sua opinião. É claro que não é uma baderna, não é uma bagunça, você tem que estar ali representado por alguma instituição, por algum órgão, mas mesmo que você não esteja, tem o direito de estar presente nessa discussão. Isso eu acho louvável, eu acho que isso é um acerto também. E por fim eu acho que a gente tem exemplos na grade de programação da TV Brasil que são realmente de se tirar o chapéu. São produções que no meu ponto de vista mantém a história, a memória, a cultura do país, que eu acho que vira praticamente um patrimônio desse país. Então um país que não tem memória, não tem história, não tem cultura, não é do meu ponto de vista, um país. Eu acho que a TV Brasil contribuiu com várias produções, com parcerias, entre a África e o Brasil, na própria América Latina, o Doc TV, eles são projetos que no meu ponto de vista abrem um precedente muito valioso para a comunidade artística e cultural do país.

P. E agora pensando na estrutura da TV Brasil e no seu modelo de financiamento quais seriam as limitações e os anseios?

D. Eu acho que a questão do orçamento, do financiamento da TV no início criticou muito aquilo que foi destinado a essa emissora para que ela iniciasse assim, as suas operações. Lembrando que a TV Brasil, na verdade, ela é uma herança de um sistema que era Radiobras que continha basicamente três emissoras públicas que era a TV educativa do RJ, a TV Educativa do Maranhão e de Brasília... Essas emissoras se a gente pegar pela história delas a gente tem aí a Fundação Roquette Pinto, se não me falha a memória, que administrava, ou que era a que mantinha a TV Educativa do RJ ela estava completamente sucateada, essas emissoras não tinham financiamento elas viviam a beira do limo, era uma coisa assim de você conseguir fazer a emissora funcionar pelo próprio esforço dos funcionários que tiravam as vezes peças de uma câmara para reparar outra porque a estrutura era realmente precária. Aí vem o orçamento que se não me falha a memória, na época, era 350 milhões de reais, acho que era isso, por ano e que foi assim criticado a exaustão por vários ramos de oposição ao governo que diziam que era um dinheiro, os próprios órgãos de imprensa criticaram demais a instalação dessa emissora e o orçamento que foi transferido para ela. A própria folha de SP criou ali uma linha editorial, na sua contracapa que ela denunciava, achava aquilo um absurdo e se a gente for analisar esse orçamento em comparação com outras TVs públicas no mundo a gente vê que esse orçamento é ínfimo, ele é muito pequeno para uma TV que está começando e tem essa pretensão de oferecer uma grade de programação como essa, eu acho muito pouco o que a gente tem de orçamento para isso. Eu acho que só o escândalo do mensalão se transferido todo aquele dinheiro, acho que ainda seria pouco. Enfim, eu acho assim que só a título de exemplo, eu não vou saber os dados, mas a Tese tem esses dados de 2008, quanto que era destinado, por exemplo, a BBC de Londres, era cerca de 2,6 bilhões de euros para uma TV pública naquele país e nós estamos lidando aqui com uma TV que iniciou suas operações com 350 milhões. Eu acho pouco, mas esse modelo de financiamento, sem sombras de dúvidas ele tem que vir pelo estado, pelo governo, se não for assim, se for, por exemplo, uma forma de financiamento que tenha parcerias público-privadas, você invariavelmente vai ter a influência da parte privada nessa grade de programação, com o passar dos anos o que a gente viu, assim, que a própria TV ela conseguiu por vias próprias propor ali o que seria formas de arrecadação, através de pitchings, através de editais, aonde ela conseguia de certa forma, boas produções com um preço muito baixo. Então você tinha ali, as vezes, produções que eram feitas... 32 episódios de uma série por um preço muito baixo, mas exigindo uma qualidade de produção boa, grande, e quem que ganhava com isso, quem investia nisso? As próprias produtoras os produtores independentes, através dos seus patrocinadores e apoiadores, mas não via direta, então você fazia algo que era via um edital. Aonde você estabelece aquilo que você quer enquanto conteúdo e ganha-se aquele edital quem de fato estiver dentro daquele modelo, então você acaba de alguma maneira não se deixando influenciar tanto por aquilo que são os interesses de mercado naquela produção. Então eu acho que é uma solução e a gente tem visto que isto acontece muito nas TVs do mundo inteiro. Agora é difícil você manter uma emissora em que você não tem a possibilidade da publicidade, do comercial, que você tenha que trabalhar com apoios, realmente é difícil. Agora o modelo de financiamento acho que ele é algo que vai sendo aprimorado, eu acho que

não é algo que você estabelece que ele fique ali parado, que ele funcione sempre o tempo todo tem que se pensar maneiras de financiar uma emissora sempre na perspectiva de garantir que essa emissora se mantenha, mas enfim eu acho que é isso.

P. E sobre a programação da TV Brasil?

D. Eu acho que de lá pra cá a gente tem visto que ela tem mudado, essa grade de programação ela tem se adequando aquilo que seria... Aos interesses dos telespectadores, ao interesse público. Se a gente analisar a grade no primeiro ano de transmissão da TV eu faço essa análise nos três primeiros anos, comparado, por exemplo, com emissoras como a globo e a cultura, o que a gente vê é que as emissoras privadas, no caso a TV globo, que eu peguei até porque é uma emissora mais antiga e que tem aí um respaldo bem... Enfim... é reconhecida mundialmente, mas vamos pegar aqui por exemplo, uma grade comparativa entre a TV Brasil de 2009 e grade da TV Brasil em 2010, eu não vou nem entrar em comparação com a globo e a cultura nesse momento. Eu vou analisar ela, em um ano de existência o que a gente tinha aí, mais evidente em termos de conteúdo sendo transmitido então, a gente tem lá que oficialmente em 2009 ela tinha uma programação muito voltada para o público infantil. Então 43.4 horas de programação voltadas para o público infantil e a gente teria aí, num segundo momento uma distribuição desses conteúdos para outras áreas, por exemplo, no início da transmissão você não tinha quase nada de esportes, você tinha 2,6 horas de suportes sendo transmitidos pela tv. Daí você passa a ter 6,3 um ano depois, ou seja, então havia ali uma preocupação dessa emissora no sentido de ir para outros gêneros né, de conteúdos televisivos ali, interessante perceber que a TV brasil não tinha absolutamente nada de telenovela no primeiro ano, e um ano depois ela passa a ter 3 horas de telenovela na grade. Então a gente percebe efetivamente a grade ela é voltada mais para o público infantil, para os programas de entrevistas que eu acho que são interessantes porque eles fomentam o debate, um programa de entrevista ainda que não haja, vamos dizer a participação do público, mas o público ele participa, ele interage através de uma forma dialógica de comunicação, então no momento que você tem alguém que responde uma pergunta, você telespectador também está respondendo esta pergunta na sua cabeça, então isso você de alguma maneira você fomenta aí o que seria uma reflexão desse telespectador. E outra coisa que eu acho interessante são os programas que eu classifiquei como programas de variedades, que são programas que não estariam dentro de uma categoria que eu estabeleci, mas que também estão aí como um valor de horas de programação bem grande. Lembrando que esse quadro comparativo eu fiz durante uma semana de 2009, em out de 2009 e o mesmo período de semana em 2010. Out de 2010. Então em uma semana se você pensar que a emissora TV Brasil ela tinha 43, 4 horas voltadas ao público infantil eu acho que a gente tenha aí produções que são de alguma maneira, quanto que teria, por exemplo, uma TV globo, vamos pensar aqui... Em 2010 por exemplo... Entre 2009 e 2010 na TV globo, naquela mesma semana em que analisei a TV Brasil o que a gente voltado para o público infantil 14,8 horas em 2009 e abaixou para 13 horas um ano depois, lembrando que o público infantil da TV globo vai desde um desenho animado a Xuxa. Então é discutível o que é esse conteúdo. Mas enfim, eu acho que existem aí acertos eu acho que principalmente os programas que fomentam a reflexão do telespectador, documentários que eu acho que são o carro chefe d TV Brasil, programas musicais que são fora daquele eixo

comercial, da musica comercial. Então são programas ou de musicas eruditas ou musicas popular brasileira, enfim, eu acho que a gente tem ai uma grade bem eclética que atende vários públicos. E ela é uma TV que eu acho que atende ao público pelo horário. Não pelo segmento de canal como a gente tem, por exemplo, nos canais pagos. Eu acho que na TV paga você trabalharia as emissoras mais por segmento de público por canal, e não por horário de grade. Eu acho que a TV Brasil ela consegue na grade de programação atender a vários públicos ao longo das suas 24 horas de transmissão. Enfim, eu acho que tem acertos e tem limitações, e numa resposta só eu acho que é meio superficial eu falar, mas eu acho que se a gente comparar pelos gráficos tem lá as análises e na página 168 você vai conseguir ver isso.

P. E como a senhora avalia o grau de independência da TV Brasil com relação ao governo?

D. Olha eu acho que esse grau de independência à medida que vai passando o tempo, eu acho que isso vai perdendo um pouco esse distanciamento sabe... Eu acho que num primeiro momento até por que ela era uma emissora que estava sendo criada, porque o financiamento vinha por parte do governo, eu acho que ai até havia uma certa preocupação em relação ao governo e em relação aquilo que estava sendo investido ali, mas eu acho ela também, por exemplo, nas eleições ela estabeleceu o que seria uma linha editorial da forma como ela ia agir na cobertura das eleições, e isso no meu ponto de vista eu acho que gera aí, uma certa independência, veja, ela é sim uma emissora ligada ao governo, porque ela está através do Palácio do Planalto ligada a esse governo, mas isso não significa que ela é uma emissora chapa branca, ou seja, uma emissora a serviço do governo, eu acho que ela tem um compromisso de isenção de tentar ao máximo ter uma independência desse governo até porque a gente pensa no governo atual, mas esse governo ele pode mudar, então eu acho que ela tem que ter e ela mantem eu acho esse viés dentro da sua linha editorial, da independência, então o máximo que ela puder ser independente, imparcial, ela procura ser, pelo menos nas análises que eu fiz nos telejornais, eram poucas as matérias que de fato vamos dizer assim, vendiam o governo, que estava naquele momento no poder, né? Quando ela fazia essa divulgação, vamos dizer assim, de alguma matéria, sempre havia por trás um interesse publico, agora é claro eu acho que aí é uma discussão interna, mas eu acho que com o passar do tempo ela vem se distanciando mais, ela vem criando uma independência maior desse governo. Mas como modelo eu acho que ainda sim, enquanto estrutura ela ainda está muito ligada a isso. Mas enfim, eu acho que o conselho ele pode dar um outro tom também, quer dizer a forma como esse conselho se constitui. Agora eu acho que é difícil ainda tem ai um certo pé atrás em relação a isso.

P. E a TV Brasil em sua opinião, pode ser considerada como uma televisão de caráter público?

D. Olha se a gente pensar dentro daquilo que eu falei anteriormente do que é o público e do que é o privado, eu acho que sim. Eu acho que ela tem um caráter público na sua essência, na sua filosofia enfim, naquilo que ela oferece para a população, ela é constituída com caráter

público, eu acho que ela ainda tem coisas que tem que melhorar, mas eu acho que ela é um salto muito grande dentro do cenário que a gente tem da mídia brasileira. Eu acho que ela é uma emissora que se constitui pública apesar que em alguns momentos não todos ela pode acabar sendo uma emissora estatal, vamos dizer assim, estatal veja, não na sua constituição no papel, mas eu digo estatal na sua forma de agir, mas eu considero a TV Brasil uma emissora pública, eu acho que ela abre espaço para a pluralidade, eu acho que você tem uma grade de programação que consegue atender a esses interesses públicos, é difícil fazer televisão num país aonde você tem a hegemonia de grandes grupos da mídia no país dominando, por outros interesses. A gente tem aí as ligações dessas empresas midiáticas em outros ramos, em outras atividades, então eu acho assim, é difícil, mas eu acho que ainda assim ela é considerada no meu ponto de vista uma emissora de caráter público sim.

P. Uma última perguntinha com relação à audiência, ao que a senhora que se deve a audiência tão baixa e quais são os mecanismos que a TV pode usar para aumentar, divulgar um pouco mais?

D. Eu acho assim ela, quando ela se instalou ela tinha um problema sério de sinal então a abrangência de sinal da TV Brasil eu até menciono isso no capítulo que fala sobre a transmissão, a abrangência dela, de que as pessoas têm dificuldades em sintonizar a emissora, e quando elas conseguem sintonizar, muitas vezes esse sinal ele não vem como um sinal limpo, puro, como a gente tem nas outras TVs, hoje até que com a tecnologia da TV digital a TV Brasil já opera com sinal digital, mas em algumas capitais, então a gente vê que existe um problema serio com relação a transmissão de sinal isso é no meu ponto de vista algo bem prejudicial em relação a questão da audiência. E lembrando também que na verdade a TV Brasil ela não está competindo na questão audiência, apesar que isso é importante, se a gente pensar em público, mas não em termos de audiência em percentual de um instituto de pesquisa. Por outro lado eu acho que ela deveria ser um pouco mais agressiva, vamos dizer assim, no sentido da sua divulgação, de você tentar vender o seu produto, em outras mídias, quer dizer, usar do fato de estar transmitindo ai uma emissora pública com uma grade legal. Então, assim, pensar em mecanismos de divulgação disso através de uma escola pública, através de uma rede, enfim, eu acho que dá para gente conseguir fazer o uso desse canal nas escolas publicas, por exemplo, se as escolas pudessem destinar horários em que houvessem ali, esse sinal sendo transmitido no pátio, por exemplo, eu acho que são coisas que a gente pensa de maneiras de divulgar, não da para gente fazer um anuncio numa outra emissora comercial, mas eu acho que dá para se utilizar de outros mecanismos por exemplo, impostos que você paga, por exemplo, poderia ter lá um link sendo divulgado, impresso nesse papel, ou por exemplo, num cartão do bolsa família de repente ter lá um link para essa TV ou quando se enviasse uma carta para um contribuinte, ou quando se tirasse um CPF, se tivesse aí algum mecanismo q se divulgasse também isso e usar também dos espaços públicos para essa divulgação. Eu acho que o governo tem espaços que ele tem direito para divulgação então, por exemplo, em campanhas de repercussão nacional, por exemplo, agora em relação a gripe e tudo o mais, utilizar os sites, o portal da transparência enfim, para usar tudo isso de alguma maneira para também divulgar aquilo que seria o canal né, a TV. Eu acho que também iniciativas em que você estabeleça assim, as vezes uma inauguração de uma obra pública em

que você pode eventualmente levar ali um banner ou alguma coisa que de alguma maneira promova e destaque a TV. E basicamente em outros ambientes virtuais, a própria internet através do envio para universidades, organismos culturais, casas de culturas, enfim, tudo o mais essa divulgação. Mas é interessante perceber que a TV Brasil hoje ela esta operando em rede no país inteiro através das parcerias com as TVs educativas locais eu acho que ela poderia também aumentar um pouco mais essa penetração através das redes locais de televisão. Enfim eu acho q falta um pouco da divulgação e eu não acho que seja a questão de grade de programação. No meu ponto de vista eu acho que realmente as pessoas desconhecem que a TV existe, que ela opera e que ela tem um grade de programação interessante.

P. Professora a senhora quer colocar mais alguma coisa, acha que ficou faltando algo.

D. Não...

Eu. Muito obrigada pela disponibilidade e atenção, contribuiu muito com meu trabalho nossa entrevista.

D. De nada disponha.

Entrevista Hayleno Santos Hossoé

Possui graduação em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda pelo Centro Universitário do Maranhão (2001), Mestrado em Políticas Públicas pela Universidade Federal do Maranhão (2007), Doutorado em Políticas Públicas pela Universidade Federal do Maranhão (2012). Exerce os cargos de Analista de Comunicação Social do Ministério Público Federal no Maranhão, professor do curso de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda da Unidade de Ensino Superior de São Luís do Maranhão (Faculdade São Luís) e professor do curso de Administração - Habilitação em Marketing da Unidade de Ensino Superior Dom Bosco (UNDB). Entrevista concedida à autora via Skype no dia 28 de maio de 2013.

P.Qual a importância de um país possuir uma televisão pública?

H. Eu diria que é fundamental né, porque é a comunicação de maneira geral para a sociedade é algo de extrema importância para o amadurecimento democrático, para o relacionamento entre os diversos setores da sociedade, o relacionamento entre os indivíduos né, a coesão social, então a comunicação de maneira geral ela exerce um papel fundamental e atualmente a TV desempenha um papel de grande destaque neste cenário, então uma TV pública para um país é algo assim, que digamos... Pode gerar diversos benefícios para a sociedade. Dentre estes benefícios, eu diria que o principal é a comunicação com menos restrições, menos filtros, filtros de diversas formas, por exemplo: quando você tem apenas sistemas privados de comunicação, no caso, sistemas privados de televisão, você tem uma dificuldade, por que você vai ter todo um conteúdo filtrado pela ótica privada, pelos interesses privados, pela racionalidade privada, então o sistema público, em tese, ele permite que a sociedade possa se comunicar com outros filtros, eu não diria que sem filtros, mas com outros filtros que possibilitam visões diferentes, pontos de vistas diferentes, discursos diferentes que são importantes para o debate democrático, então a TV pública tem esse papel de ampliar o exercício da democracia, certo. Eu diria que esse é o principal da TV pública.

É importante diferenciar TV pública de TV estatal, governamental, é realmente há um pouco de confusão na cabeça do público em geral, na maioria das pessoas essa confusão eu diria né, ou seja, as pessoas consideram que principalmente pelo histórico brasileiro né, que a TV estatal seria uma TV pública, na verdade conceitualmente uma TV estatal seria uma TV que além de recursos do Estado, ela possui também gerência estatal, do conteúdo dela, uma administração é estatal que é orientada pelos interesses desse agente, no caso, o Estado. Já uma TV pública não, uma TV pública em tese poderia até ter uma parcela dos seus recursos vindo do estado, do governo, por assim dizer, mas você teria a gestão dessa televisão, o conteúdo, a forma de expressão né, os discursos dessa televisão regidos pela ótica pública, ou seja, pela sociedade, pela sociedade civil que é o que a gente observa, que ocorre, por exemplo, com a BBC de Londres né, então ela tem recursos oriundos de uma taxa que é paga pela população, mas seria uma taxa que em princípio é captada pelo Estado, mas a gestão da TV é feita por um conselho, quer dizer, por setores da sociedade não pelo Estado em si. A TV Brasil, no caso brasileiro, é o que mais, digamos se aproxima desse modelo, ela foi criada com essa intenção inclusive, de que você tenha recursos estatais, mas tenha uma gestão pública dessa emissora. Só que existem diversos fatores que dificultam um pouco essa

questão, por que a forma como ela foi concebida, A TV Brasil ela possui algumas limitações apesar de já ser um grande avanço né....

Eu. É verdade...

H. O que mais você gostaria de saber a respeito desse ponto.

Eu. Ah, então eu vou chegar nele, durante as perguntas...

H. Certo.

P. E sobre o cenário em que foi concebida a TV Brasil, o senhor pode colocar sua percepção sobre o I e II Fórum Nacional de TV pública?

H. Eu pessoalmente não participei dos fóruns, até por que eu iniciei minha pesquisa depois da realização do primeiro Fórum...

Eu. Ah tá...

H. No segundo eu já estava efetuando a pesquisa, mas não pude me deslocar, mas acompanhei através da imprensa, de documentos, de entrevistas. E o que acontece na minha percepção: os dois fóruns foram um marco de extrema importância para a comunicação brasileira, coisa que a sociedade de uma maneira geral, não tem essa percepção, por que eles foram divulgados, mas é claro, como não havia interesse da grande mídia, digamos assim, do setor privado em divulgar essa iniciativa, não teve tanta divulgação quanto seria interessante, para um evento dessa magnitude. Mas a contribuição do fórum é imensa. Do primeiro fórum, por exemplo, resultou a própria TV BRASIL o projeto que veio a subsidiar os vários estudos, aquele texto, o documento que foi gerado a partir do fórum, a Carta de Brasília, que está lá os princípios norteadores da TV Brasil e também da reordenação do sistema público de TV como um todo, por que a TV é uma emissora vinculada a EBC que é a Empresa Brasil de Comunicação, mas na verdade ela tem um papel maior, ela seria o carro chefe de todo um movimento de reordenação desse sistema público de TV. Pelo histórico anterior, a TV pública, que na verdade não era bem pública, era mais para estatal mesmo, era a TV Educativa, ela tinha uma função completamente diversa desse conceito de TV Pública, que na verdade era uma função complementar, uma função educacional. Então ela tinha uma função de apenas difundir conhecimento, praticamente ser uma extensão do sistema educacional. Então ela não oferecia nenhuma espécie de contraposição ao sistema privado de TV.

E o que acontece, pegando um pouco de antes, é... Você tem esse movimento, interessante observar, que esse movimento em torno de um sistema público de televisão, ele não é recente, ele tem muitos anos, inclusive, a gente pode pegar as bases dele na constituição de 88 quando tem a previsão pela complementaridade pelos sistemas. Então você vê que já existiam agentes públicos, pessoas envolvidas e comprometidas com essa questão, Entendendo que a predominância do sistema privado como única fonte de informação da sociedade tem suas limitações, sérias limitações, então já se preconizou na constituição a complementaridade entre sistemas, mas como muitas coisas acontecem aqui no Brasil, no sentido de você ter uma

previsão legal, mas não a efetivação dessa previsão, né, então você observa que foi definido né, que haveria essa complementaridade, mas não se implementou essa complementaridade, ou seja, mesmo depois da constituição de 88 continuou funcionando o sistema de televisão educativa que não garantia esse equilíbrio entre os sistemas, por que ele não competia diretamente, não tinha um porte, um conceito, conteúdos capazes de oferecer o equilíbrio e o contraponto ao sistema privado. Então depois desse... Existiram vários momentos, acho que você deve saber.... Como a batalha da Ancinav, a criação da ANCINE, momentos históricos no qual se tentou criar mecanismos para oferecer esse contraponto. E o ápice desse contraponto veio a ser a criação da TV Brasil, então... Como ocorreu, é interessante observar, o que eu pude perceber na minha pesquisa, é que existia latente esse desejo de setores da sociedade, como o setor de produção audiovisual, como setores de jornalistas, né... A imprensa digamos, alternativa, de maneira geral, então vários setores da sociedade queriam uma alternativa ao sistema privado. Só que essa alternativa sempre ficou sendo uma coisa assim... A margem, quer dizer, nunca se conseguiu construir de fato uma emissora que pudesse fazer esse contraponto... E... O que aconteceu... No caso o fórum ele surgiu de uma demanda da sociedade, surgiu o primeiro fórum, mas ele só ganhou espaço e estrutura, e tudo o mais, com, claro, o interesse do governo federal em, digamos, subsidiar esse movimento. Então não foi uma coisa também que aconteceu só da vontade popular, você está me entendendo?

Eu. Uhum...

H. É... Desculpa... Você tem o quê? Durante os anos do governo FHC, você também tinha o interesse da população em criar um sistema público de TV, desses diversos setores, em criar esse sistema publico, até mesmo antes, durante a constituinte... Mas nunca houve espaço no interesse governamental para tanto, então é claro, não teve condições de se criar por que isso é uma coisa que vem um grande investimento. Quando ocorreram alguns fatos, ocorreram alguns fatos, depois da eleição do presidente Lula, você teve ali o momento da reeleição, quer dizer, tinha um projeto já circulando dentro do governo, depois da batalha da Ancine e depois da criação... Quer dizer da batalha da Ancinav e da criação da Ancine, já existiam secretários, pessoas realmente importantes no governo que estavam apostando na ideia de uma TV pública como forma de promover... É... Na verdade o interesse principal era promover o setor de produção audiovisual brasileiro, por que muitas dessas pessoas eram oriundas do setor de produção audiovisual.... Então o que acontece, dentro do governo Lula essas pessoas tinham um certo espaço... e poxa... Aproveitaram a oportunidade para incentivar essa discussão né... Mas, mais com essa ótica voltada para o setor audiovisual... Eu estou colocando isto antes do primeiro fórum certo?

Eu. Certo

H. Certos movimentos internos lá no governo.... Então a Ancinav, você já sabe bastante sobre esses casos, o que você sabe?

Eu. Eu já li alguma coisa sobre isso, mas não me aprofundi muito.

H. Certo. Ancinav foi na verdade, não só de criação de uma agencia mas principalmente de regulação do setor de comunicação, do setor televisivo certo?

Eu. Certo.

H. Só que teve muita resistência do sistema privado, lógico... Essa resistência fez com que o projeto não avançasse. Aí a ANCINE foi reformulada e a Ancine ficou sendo vinculada ao ministerio da cultura. Então você tinha lá algumas pessoas ligadas ao ministerio da cultura que tinha esse interesse em um sistema público de TV para dar vasão à produção audiovisual, por que sabe que até a Globo, a Rede Globo, tem uma exibição razoável de filmes nacionais, mas as outras emissoras não. Têm emissoras que no ano inteiro não exhibe nenhum filme nacional, então a produção audiovisual brasileira ainda é muito incipiente pelo contexto da capacidade que a sociedade brasileira possui, poderia produzir muito mais né. E o que essas certas pessoas observaram? Que falta certo incentivo, um certo espaço, uma condição, para que esse setor se desenvolva. Então o ministério da cultura, as pessoas ligadas ao ministerio da Cultura praticamente encabeçaram essa ideia, então começaram a fazer, no caso, fazer reuniões, estudos, e tudo o mais para poder promover a discussão em torno de uma TV pública. E aí aconteceu antes da eleição, da reeleição do Lula, né... Um momento. Você tem aí um episódio né... Um escândalo que foi divulgado pelas emissoras privadas, que gerou um certo desconforto né... No caso para o PT, e prejudicou, realmente levou a eleição para o segundo turno, por que a eleição estava praticamente ganha no primeiro turno, e aí levou essa eleição para o segundo turno. Quando levou essa eleição para o segundo turno o PT sentiu o peso que o interesse privado tem num sistema privado de televisão. Então ele sentiu isso, digamos assim, como uma ameaça e percebeu que seria importante agora dar espaço a esse movimento em torno de uma TV pública. Poxa.... Ele viu... Olha tenho que construir uma alternativa, então o governo, pelo o que eu observei... Passou a financiar discussões, grupos de reuniões, grupos de estudos, mais para promover o fórum. Você vê que o Fórum, foi patrocinado pelo governo federal, pelo ministério da cultura. Então quer dizer, houve um interesse, uma iniciativa do governo em dar espaços para isso, por quê? Por que ele se sentiu de certa forma pelo interesse privado. Então... Só que houve um detalhe aí... Quando o governo resolveu fazer esse fórum, dar vasão a isso, ele fez isso, mas já puxando para uma ótica do jornalismo né... E não tanto para questão da produção audiovisual, então ele levou, no inicio quem estava encabeçando era o pessoal da produção audiovisual, mas você teve ali também já uma interferência, confluência de pessoas do governo ligada a secretaria de comunicação da presidência da república, no caso mais voltada para o setor de jornalismo. Porque o interesse do governo era, na verdade, em fomentar uma nova TV pública, mas que tivesse não só produção audiovisual, mas principalmente que oferecesse informação, oferecesse um jornalismo né... Com características, digamos assim, diferente, características de TV pública na qual houvesse um contraponto a um certo interesse privado que você nas pautas, que pode permear esse campo aí da TV privada. Então foi isso né, ou seja, o fórum foi importantíssimo, ele foi uma coisa legitima mesmo, que surgiu de um movimento ocular sim, pessoas fantásticas participaram desse fórum, criaram as bases da TV pública em termos conceituais, essas bases, não vou dizer que elas não têm um viés puramente de interesse do governo, não, elas são bases legítimas, elas são ideias consistentes, e todo o trabalho é

brilhante. Agora a gente tem que entender que ele surgiu dentro de um contexto no qual o governo tinha um interesse particular dele, digamos um interesse próprio dele na emergência desse movimento. Então o que a gente observa historicamente é isso. Então o primeiro fórum ele criou essas bases você vê que alguns meses depois do primeiro fórum foi criada a TV Brasil. Então foi uma coisa, assim, que aconteceu na sequência o governo viu que ele tinha pressa, foi logo no ano seguinte depois da eleição, quer dizer, o presidente Lula ganhou a reeleição e logo em seguida já foi executando. Já tinham algumas discussões antes, claro, do fórum, mas o fórum foi executado depois e logo depois do fórum foi criada a TV Brasil, foi criada inclusive de forma um tanto apressada. Por que você vê que a TV Brasil entrou no ar no caso em 2/12/2007 junto com o sistema de TV digital, mas ninguém sabia da criação da TV Brasil, ela não foi amplamente divulgada, ela não teve a visibilidade nem sequer a visibilidade que teve o sistema de TV digital, então muita gente nem pôde perceber, na verdade, qual foi a diferença, assim, o público de maneira geral não percebeu, em princípio, a diferença entre a TVE, ou seja, a TV Educativa e a nova TV Brasil. É... A não ser por algumas vinhetas que modificaram, mas a programação era praticamente a mesma da TV educativa. Na verdade eles criaram né, a 398, foi uma discussão na época um embate... Os setores de oposição ao governo tentaram derrubar de todas as formas, teve muito embate no congresso, mas o governo conseguiu passar e colocou a MP e depois a legislação que criou a TV Brasil, mais a EBC, mas de qualquer maneira isso ocorreu com uma certa pressa do governo, que se não conseguisse fazer naquele momento, dificilmente teria outra oportunidade. Então o governo viu isso como uma oportunidade e apostou, por isso foi feito dessa forma. A programação da TV Brasil, por exemplo, sofreu modificações significativas quase um ano depois, uns 8 meses depois. Então o primeiro fórum teve essa importância. O segundo fórum ele teve muita importância também, mas já foi mais uma espécie de avaliação desse primeiro fórum, de todas as modificações que estavam ocorrendo no sistema público de TV e que alternativas se teriam daí para frente. Por isso o segundo fórum foi importante, mas eu que a importância do primeiro fórum foi maior nesse sentido, por que ele subsidiou a criação, a reordenação do sistema público de TV a criação da EBC, da TV Brasil certo?

Eu. Sim.

P. Para o senhor o que representou a criação da TV Brasil no mercado de televisão nacional?

H. Então a criação da TV Brasil significa um marco, por que em vários países do mundo, principalmente nas grandes potências mundiais, você tem essa complementaridade entre os sistemas, ou seja, você tem um sistema público de televisão forte, além do sistema privado. Então todos os países, praticamente, EUA, Inglaterra, você tem grande emissoras públicas que tem boa penetração, que tem audiência e que tem a visibilidade suficiente para oferecer alternativas ao sistema privado. Inclusive na maioria desses países a TV pública surgiu primeiro, surgiu antes da TV privada, então aqui no Brasil não, foi diferente o Chateaubriand tomou a frente, deu o ponta pé inicial, criou a TV que no Brasil, no caso, a TV no Brasil já nasceu privada e já nasceu comercial. Então ela nasceu assim, se desenvolveu assim e permaneceu durante várias décadas com essa ótica. Então o brasileiro não conhecia, o

brasileiro de maneira geral, ele não conhecia, assim, outra TV que não a privada, que não a comercial. Então é até interessante observar isso por que é uma coisa que culturalmente o brasileiro, foi, digamos assim, educado assim, foi acostumado a ter apenas uma TV privada, ele conhece apenas uma programação recheada de comerciais de televisão, uma ação, voltada prioritariamente para se conseguir audiência, então, na verdade você não tem uma programação com grandes discussões nacionais, com grandes debates, você tem sim o jornalismo como uma coisa forte, mas um jornalismo factual, não um jornalismo que envolva discussões mais amplas né. Então você tem um sistema privado de TV que marcou o país, no qual uma geração de brasileiros foi criada com base nesse sistema privado de televisão, que conheceram o Brasil dessa maneira. Então a criação da TV Brasil ela é um marco por que ela significa um rompimento da primazia do sistema privado de TV no Brasil você tem uma nova ótica, um novo prisma, no sistema televisivo que é uma TV pública num conceito que já vinha sendo trabalhado em outros países e que funciona muito bem. Então você tem alternativas aos interesses privados. Não estou dizendo com isso q o sistema privado, ele seja de um todo ruim, não ele tem seus méritos, ele se expandiu de maneira bastante forte no Brasil, ele gera uma certa coesão na sociedade ele tem muitos benefícios, mas também tem suas limitações. E A TV Brasil, no caso o sistema público de TV ele vem ser fortalecido com a criação da TV Brasil e a TV pública oferece essa alternativa... Que eu não diria que é só necessária... Ela é imprescindível... É muito importante que você tenha em mente que uma TV pública ela vai aos poucos... O brasileiro vai começar, se a TV pública prosperar da maneira como se espera que aconteça o brasileiro ele vai começar a perceber que existe uma diferença de discurso, uma diferença de contexto da TV pública. Então acho que essa é a grande importância da TV Brasil, na verdade benefício que se espera que a TV Brasil traga. Mas como é que vai... Como esse impacto da TV Brasil vai ser realmente importante? Só o princípio da complementaridade, princípio constitucional da complementaridade de se efetivar. Então para isso é necessário que a TV Brasil não apenas exista da forma que ela existe atualmente. É preciso que a TV Brasil alcance no caso, todos os cidadãos, é necessário que a TV Brasil tenha visibilidade semelhante, visibilidade tão grande como as TVs privadas tem. Eu diria não só a TV Brasil, mas o sistema público de TV como um todo. O sistema público de TV como um todo ele é um sistema que ainda é muito fragmentado, ainda possui muitas deficiências, principalmente técnicas, deficiências financeiras, e que dessa forma não consegue ainda efetivar a complementaridade do sistema. Então você tem aí a TV Brasil como marco inicial certo, mas como eu coloquei na minha pesquisa, na verdade o que ocorre é que ainda é uma complementaridade funcional. , ou seja, a TV brasil esta concretamente instalada, mas do ponto de vista forma ela, digamos, preenche esse requisito de uma necessidade de TV pública, preenche o requisito de um sistema publico em contraponto ao sistema privado do ponto de vista forma apenas, mas o ponto de vista real, concreto, vê que ela não está presente em todos os municípios que a as TVs privadas estão, ela não tem a cobertura, não tem a audiência, penetração que o sistema privado de TV tem. Então concretamente essa complementaridade entre os sistemas ainda não ocorreu. Então formalmente sim, mas concretamente não. Então eu diria que é uma complementaridade funcional que ela proporciona, ou seja, ela está funcionando para justificar o sistema em certa maneira. Ela preenche o requisito, e se você quiser, poxa, existe um TV pública no Brasil? Sim a TV Brasil, ah existe complementaridade

entre os sistemas? Bom formalmente sim, o que já temos uma TV pública, um sistema público de TV né... É uma rede de TVs pública... Só que na prática isso não acontece, na prática, digamos assim, em termos de competitividade né, entre sistema público e privado, em termos, assim, de relevância nas discussões nacionais, certo?

Eu. Uhum.

H. Então é claro que a gente também tem que ter consciência que isso não acontece de uma hora para outra, certo? Isso com certeza vai demandar muito investimento, muito esforço de setores da sociedade civil, por que isso não vem sem uma batalha, não vem sem grandes discussões então é muita movimentação d sociedade em torno desse tema vai ser necessária, para que um dia, eu espero que ocorra, essa complementaridade, esse equilíbrio entre os sistemas. Mas dessa maneira a gente pode entender a criação da TV Brasil como um marco inicial, né, desse novo movimento como uma alternativa interessante, alternativa, realmente, diferente de todas as outras anteriores, que tem muitos méritos e as pessoas que construíram essa alternativa também, mas que ainda precisa de muito mais esforço, ainda, de muito mais.... Para alcançar os objetivos que estão lá previstos na carta de Brasília, por exemplo. Então você tem essa importância da TV Brasil certo?

P. É professor, a minha próxima pergunta era justamente sobre a complementaridade, qual a sua opinião sobre o papel desempenhado pela TV Brasil no setor televisivo, partindo do princípio desta complementaridade do sistema? O senhor acha que já respondeu, quer falar mais alguma coisa?

H. É eu acho que em parte já está respondido né, por que a complementaridade ela é algo essencial, né, mas a gente vê que na prática ela ainda não se efetivou, então você vê que há uma necessidade de muitas... De muitas... Coisas, movimentos sociais, de muitas iniciativas para que ela venha a acontecer mesmo, da forma como a gente deseja, ela ainda é, como eu diria, uma complementaridade funcional, né? Não está efetivada ainda. Então eu que é isso, a TV Brasil tem seus méritos e ela é uma iniciativa brilhante, uma iniciativa fantástica, mas que precisa ainda ganhar mais destaque, ainda mais... Na sociedade. A gente espera que isso ocorra de certa forma aproximada, ou seja, com iniciativa governamental sim, mas é importante também que setores da sociedade civil possam, digamos assim, dar voz a essa discussão de forma mais ampla para que a gente tenha uma efetivação dessa complementaridade, a expansão desse setor. Agora realmente, olha, são mais de seis décadas de TV no Brasil e todo esse tempo você tem o predomínio do sistema privado de TV, então a gente tem que entender que essa TV pública, o sistema público de TV ele ainda vai ter um longo caminho pela frente, realmente para conseguir chegar ao patamar similar para oferecer esse equilíbrio entre o sistema. E eu acho que é assim, o ponto de partida são discussões sobre o tema, é investimento também não adianta dizer que é só discussão, por que você tem, por exemplo, a TV Brasil funcionando em algumas poucas capitais, RJ, SP, Brasília, São Luís do Maranhão aqui, com sinal próprio, mas você não tem uma base instalada de retransmissão nem em todas as capitais brasileiras, nem nos principais municípios, que dirá na maior parte

dos cinco mil e tantos municípios que o nosso país têm. Então você realmente vê que o investimento em tecnologia é necessário, que isso é uma coisa meio difícil de se desenvolver... A gente observa que o cenário atual é bastante complicado...

P. aham é verdade.... Pensando no modelo de gestão, quais seriam as limitações e acertos no projeto da TV Brasil durante esses quase seis anos da existência da TV?

H. Certo, com relação ao modelo de gestão, o que você tem? Acho que a principal crítica da gestão da TV Brasil é o fato de haver uma indicação da presidência da republica para os principais cargos previstos na legislação que criou a TV Brasil, então é lógico, se você tem uma TV publica você espera que essa TV pública tenha, poxa, autonomia, autonomia necessária para escolher os seus líderes, seus representantes, e isso ocorra tanto do ponto vista financeiro, como do ponto de vista gerencial, por que a própria sociedade tenha mecanismos de escolher quem vai dirigir esse empreendimento, quem vai coordenar, orientar, e tudo mais, então, mas não é isso que acontece. Claro, eu não vou dizer que essa, digamos essa questão da indicação por parte do poder executivo, que ela tenha sido, ela foi uma coisa meio que necessária num primeiro momento da criação da TV Brasil. Por que como a gente comentou antes a TV Brasil foi criada numa oportunidade, assim, que se deixasse para depois seria difícil viabilizar o projeto Então quer dizer o poder Executivo tomou a frente e num primeiro momento indicou, poxa, elegeu, elegeu não, desculpa... Com seu próprio staff conseguiu colocar a frente da TV pública pessoas que estavam alinhadas com seus interesses, lógico, pessoas que tinham vínculo aos ideias da TV pública, com certeza, mas pessoas que tinham vínculo com os políticos vigentes. Na verdade você tem ai uma interferência do poder executivo num primeiro momento, que eu diria que pela circunstancias da criação da TV Brasil, até que são plausíveis, quer dizer, não é uma coisa, que eu vou dizer que é de um todo, de um todo, condenável, né... Que a gente possa apenas criticar, não. Talvez tenha tido lá sua dose de necessidade num primeiro momento, mas seis anos depois, tá Juliana, eu acredito que não precisava mais ser assim...

Eu Ahan, é verdade...

H. É lógico, já teve tempo para que o poder executivo pudesse deixar a TV Brasil seguir seu próprio caminho. Então, claro, você pode dizer que não existiu avanço nesse sentido? Não, existiu sim, o conselho curador, por exemplo, é um avanço, as indicações ao conselho curador, foram criados sistemas próprios de indicação, de certa forma o primeiro conselho foi todo indicado, mas o conselho seguinte já teve participação de alguns setores da sociedade civil, então é sim, você tem já uma abertura maior nesse modelo de gestão, mas eu ainda acho insuficiente. Eu acho que a abertura deveria ser ainda mais ampla no sentido de que houvesse mecanismos para que a própria sociedade realmente defina os principais cargos da TV Brasil, da EBC de maneira geral... E ela ter uma autonomia maior, embora claro, qual é o receio do poder executivo no caso atualmente, do PT, principalmente que os partidos de oposição consigam com um sistema, digamos, mais aberto de escolha dos representantes da gestão da emissora, consigam um espaço maior dentro desse projeto, então, por isso acho que ainda há muita resistência, desse sistema de gestão. Mas o conselho curador, acho que é o ponto de partida. Eu acho que o conselho curador tem seus méritos, mas acho que ele precisa ainda

evoluir de maneira a ter mais autonomia, tá. Você tem aí uma TV pública que ainda é fortemente vinculada ao poder executivo, e isso não é tão legal, não é tão interessante principalmente do ponto de vista da criação da TV Brasil, na qual você tem a Carta de Brasília orientando uma postura completamente diversa desta. Então os anseios da sociedade, os anseios de todos aqueles que participaram dos movimentos que culminaram na criação dos alicerces conceituais da TV Pública e do novo sistema público de comunicação, você tem os anseios de uma independência, dessa gestão, da TV pública e que eles ainda não estão completamente efetivados, eles não foram completamente efetivados, você não tem ainda essa independência, infelizmente, mas eu acho que o caminho é esse tá?

P. Uhum... E pensando na estrutura da TV Brasil e no seu modelo de financiamento, quais o senhor acha que seriam as limitações e os acertos.

H. Então, com relação à estrutura tá, vamos falar primeiro com relação ao financiamento. O financiamento ele é um calcanhar de Aquiles da TV Brasil, por que grande parte do financiamento ainda é oriundo de dotações orçamentais.... Então novamente você tem o poder executivo, digamos, assim, com total influencia sobre aspecto fundamental que é o financiamento da TV pública, então é... assim... existe uma autonomia né da TV por exemplo, na forma como ela vai gastar o orçamento, sim existe, certo, esse orçamento ele é completamente determinado, o gasto, o uso dele pelo poder executivo, não, mas existe um grande problema que a receita via dotação orçamentário pode ser contingenciada, ou seja, se o poder executivo entender que não deve repassar mais aquele montante de valor para a TV Brasil, ele pode diminuir esse orçamento da TV Brasil, então isso é um grande calcanhar de Aquiles, por que numa recessão, num problema maior econômico, o governo pode retirar da TV Brasil os recursos fundamentais para sua expansão, talvez até para sua subsistência. Então vamos dizer que, por exemplo, o próximo governo, venha a ser um governo que não está interessado no sistema público de TV, ele pode reduzir o orçamento da TV Brasil de maneira a precarizar a emissora e inviabilizar o projeto. Então isso é um grande calcanhar de Aquiles, por que o que você tem, na verdade é uma dificuldade fundamental. Você não tem fontes independentes de financiamento da TV Brasil que possam sustentar os gastos dela, se existe aí a previsão de alguns fundos... Esse último ano eu não venho acompanhando... Não sei se foi efetivado, mas o fuste são iniciativas interessantes que o poder executivo criou para poder de algumas receitas de impostos ligados a radiodifusão, você retirar uma determinada... Um determinado percentual para construir um fundo para o sistema público de comunicação, para a TV pública e tal... O conceito desses fundos é fundamental para que exista uma autonomia financeira da TV pública. Sem isso o projeto da TV Brasil fica muito fragilizado. Então você tem ainda com a dotação orçamentaria do poder Executivo, da união, você tem uma dificuldade imensa... Tanto de expandir, por que você deve imaginar que uma TV quando ela está sendo criada e ela precisa expandir, precisa de vários investimentos para colocar retransmissores em centenas de cidades, você imagina que é necessário um investimento muito maior do que apenas um investimento operacional, que é do valor operacional de funcionamento de uma TV já estabelecida, então é um investimento na casa de dezenas de bilhões de reais que é necessário para se expandir uma TV pública de modo que ela possa vir a realmente ter o equilíbrio de estrutura em relação ao sistema privado. Mas o que acontece

com essa dificuldade orçamentaria, né... O primeiro orçamento da TV Brasil foi da ordem de trezentos e pouco milhões de reais, que é um orçamento considerável, mas que está muito longe, sequer do orçamento das TVs privadas como um todo e mesmo, se você for considerar da líder de audiência como a globo que é da ordem, sei lá. Mais de 15 bilhões de reais. Então é uma diferença muito grande né... De recursos financeiros... Que de certo isso prejudica o projeto de expansão da TV Brasil, principalmente. Então acontece o que aconteceu... Você vê que a TV Brasil foi criada, e num primeiro momento, ela teve uma mudança significativa da programação.... Poxa, se você pegar a TV Brasil ela tem um cara de TV pública sim, mas ela não consegue colocar o seu sinal nos principais centros urbanos, então isso dificulta por que falta esse investimento. Então o financiamento da TV Brasil, eu diria, é um dos principais fatores que prejudicam o projeto, você tem uma dificuldade muito grande neste aspecto, seria necessário que a TV Brasil tivesse outras fontes de recursos e fontes instáveis que não dependessem do contingenciamento do poder executivo. Então como é que fica se um governo que tiver interesse no fim do sistema público de TV ou no fim da TV Brasil assumir o controle, esse governo obviamente vai diminuir os recursos, vai gerar um retrocesso, nessas televisões, com certeza, então você não pode numa teve pública ter essa dependência de financiamento, você numa TV pública precisa que o financiamento seja um financiamento autônomo, sustentável e que tenha uma fonte segura que não dependa do humor dos dirigentes do poder executivo. Eu acho que isso é uma preocupação do governo atual, a gente percebe que ele tenta construir esses mecanismos, como fundos, como Fuste e tudo o mais, mas esses mecanismos ele dependem da aprovação do congresso e aí entra também toda uma discussão política, um embate político que tem dificultado um modelo melhor de financiamento da TV Brasil, por causa dos interesses contrários ao sistema público de TV né, interesses ligados principalmente ao sistema privado de TV que não deseja, certamente, a expansão do sistema público. Então você tem aí a grande dificuldade, o que acontece o financiamento, então vai gerar outro problema que é o da estrutura... Só um momento Juliana...

Eu. Uhum

H. Oi está escutando?

Eu. Estou sim.

H. Então... como eu falei essas dificuldades no financiamento repercutem na estrutura da emissora, por que aí você não tem condições de expandir a emissora, principalmente por meio de retransmissões terrestre né... Então sem sinal, sem cobertura, se torna muito mais difícil né... Alcançar a população da maneira como o sistema privado faz. Então realmente a estrutura vem ser a maior dificuldade, digamos o principal ponto negativo da TV Brasil que você tem atualmente, olha até o ano passado foi quando eu concluir a minha pesquisa né... não... A TV Brasil não tinha iniciado as transmissões em nenhum município né... Além dos que já possuíam na data da sua criação... Então somente aquelas capitais federais a qual se teve as primeiras transmissões da TV Brasil é que continuava a transmissão terrestre da TV Brasil. As demais localidades eram servidas apenas pelo sinal de satélite e pelo sinal por meio de convênios e da transmissão por emissoras educativas, e emissoras públicas estaduais e emissoras universitárias. Então o que acontece você tem o sinal da TV Brasil em todo país...

Olha... Em parte sim, certo, por que é claro nas zonas rurais onde as pessoas utilizam mais o sistema de TV, de antenas parabólicas e o sistema de transmissão via satélite você tem a cobertura da TV Brasil que é um grande benefício por que é onde você tem também uma dificuldade da população em receber o sinal até mesmo da TV privada, nas zonas rurais, só que nas regiões urbanas as pessoas não costumam a receber o sinal de TV por antena parabólica né... Você recebe o sinal de TV mais pela retransmissão terrestre e aí nesse ponto está o grande problema estrutural da TV Brasil. você não tem capacidade de retransmitir esse sinal terrestre, quando ele é retransmitido em algumas capitais é de maneira incompleta através de parceria... então você tem várias modalidades de retransmissão a qual as parceiras... As emissoras que fazem parte da rede pública né... Na verdade transmitem, as vezes, algumas 4 horas, um volume maior de programação, mas você não tem uma consistência da transmissão de toda a programação né, então você tem aí uma grande dificuldade por que vai ter a programação transmitida, as vezes, com um sinal de qualidade inferior com dificuldades de sintonia, por parte da população né... Com na verdade vários fatores contra que fazem com que a população realmente não consiga obter acesso a programação da TV Brasil que é uma programação muito boa, uma programação fantástica que de fato eu acho que ela contempla boa parte dos preceitos de uma TV pública, mas infelizmente você tem aquela coisa que eu coloquei desde o início. Você tem do ponto de vista formal, uma TV pública, programação é de uma TV pública e tudo o mais, mas não chega à população certo, poxa, se não chega à maior parte da população você não tem funcional... funcional ao status quo, funcional a maneira como o sistema privado trabalha, sistema privado é que continua predominando, né... Você não tem um equilíbrio então esse problema estrutural ele é um problema que precisa ser resolvido, então qual é a esperança em relação a esse problema estrutural... A esperança está em torno do operador nacional... O operador digital, ou seja, a esperança está na implantação do sistema digital na qual tem a previsão da criação por parte do governo federal de um operador nacional de retransmissão... E esse operador iria... é transmissores nas principais capitais... principais cidades... E dessa forma poderá disponibilizar não só o sinal da TV Brasil, mas o sinal de outras televisões públicas que é fundamental. Porque a TV Brasil ela é um ponto de partida para reordenação do sistema pública, mas a intenção é que ela não seja a única representante do sistema público de TV Brasileiro, pelo contrário o que a gente quer é que existam várias emissoras públicas que possam trabalhar em termos de igualdade com as emissoras privadas, esse seria o desejo maior das pessoas envolvidas com este processo. Então logicamente vc espera que não só a TV Brasil, mas que outras emissoras possam complementar sistemas, quer dizer, vc dessa forma teria que ter uma estrutura e vc sabe que o investimento é alto então não dá... Se a TV Brasil que é a maior não consegue expandir seu sinal por via terrestre, imagina as outras emissoras que são menores em termos de financiamento, em termo de recurso do que a TV Brasil então realmente, são dessas coisas que precisam da iniciativa do poder público para serem efetivadas. Eu digo isso do ponto de vista de como se formou historicamente o sistema televisivo brasileiro nos outros países como a Inglaterra, os Estados Unidos, Portugal, Japão, o sistema começou público, então ele se fortaleceu público, ele teve financiamento público desde o início, ele cresceu assim então é uma história completamente diferente, aqui como não houve isso... Agora há necessidade sim de um investimento público neste setor, investimento muito grande, agora e claro que este

investimento enfrenta muitas dificuldades do ponto de vista político, então a estrutura eu digo que é o maior calcanhar de Aquiles, o maior fator... É realmente da maior deficiência da TV Brasil, tá?

Eu. Uhum...

H. A estrutura é esse ponto que precisa ser melhorado, viu?

P. Sim. E sobre a programação da TV Brasil, professor, como o senhor avalia, quais são os acertos?

H. Então... A programação da TV Brasil ela é uma programação muito interessante, que tem vários pontos positivos, né? O que eu posso destacar de pontos positivos: vc tem três eixos centrais que, digamos, norteiam a reformulação da programação da TV Brasil né. E o principal é a estruturação da cobertura jornalística. Então como eu estou dizendo para você, quando a TV Brasil surgiu, antes, quer dizer, durante o primeiro fórum, existia uma movimentação né, muito maior, dos setores ligados à produção audiovisual, por que a intenção era que o sistema público de TV desse vazão a produção audiovisual, mas como o interesse maior ligado a essa decisão de que a TV pública, foi relacionado ao jornalismo, a criação do sistema alternativo de jornalismo, então o destaque da emissora no momento inicial foi na verdade, a reformulação, a reestruturação da cobertura jornalística da emissora, por que, nas emissoras educativas vc não tinha uma estrutura jornalística consistente, certo? Por que a finalidade das emissoras educativas, que no caso deram origem a TV Brasil era outra né? Que não era o jornalismo, tinha o jornalismo, mas o jornalismo não era o foco principal, certo? Então como o interesse do poder executivo quando criou a TV Brasil, claro, um dos interesses, não vou dizer que era só esse, também tinha interesse de promover a produção audiovisual lógico, mas o interesse principal era o jornalismo né? Então um dos principais eixos da reformulação, a reestruturação dessa cobertura jornalística, foram criados telejornais nacionais, telejornais locais, reformulado esse aparato e tudo o mais. E, além disso, o que é bastante importante também foram criados mecanismos de relacionamento da emissora com o mercado de produção audiovisual nacional e entre esses mecanismos a gente pode destacar o pitching, também outros mecanismos como a seleção via internet, o licenciamento de obras audiovisuais pela internet, então esses mecanismos propiciaram que esses produtores audiovisuais independentes pudessem concorrer pela exibição do seu conteúdo, por meio do sistema público de TV brasileiro e por meio da TV Brasil principalmente. Então vc tem aí uma janela de oportunidades para a produção nacional e isso é bastante interessante. Então a TV Brasil ela, sim, vem cumprir esse papel e eu acho que isso na programação dela tem sido uma tônica. Você vê na programação muitos documentários, documentários que, alguns, são totalmente de produção independente, outros de coprodução da TV Brasil, da EBC, com produtores independentes, você vê filmes nacionais, a TV Brasil no ano de 2010, por exemplo, foi a emissora que exibiu mais filmes nacionais, ironicamente a segunda colocada foi a globo né? E no caso num valor bem próximo, se eu não me engano um ou dois filmes de diferença. Mas a gente tem que ressaltar que os filmes nacionais da Globo, não é em grande parte de produção independente, são filmes nacionais de produção vinculada a rede globo. A central globo de produção. Então, sim, vc tem na Globo mais exibições de

filmes nacionais, mas não de nacionais independentes. E esse é o grande destaque da TV Brasil, por que a TV Brasil além de exibir muitos filmes nacionais, exibiu muitos filmes nacionais de produção independente. Então isso favorece o mercado de produção audiovisual nacional. E esses mecanismos que foram criados pela emissora como o pitching, o licenciamento de obras pela internet são mecanismos que são muito interessantes, funcionaram muito bem e que estão propiciando este crescimento do mercado, ainda que de maneira um pouco aquém que eu acho que o mercado gostaria. Logicamente se esperava que tivesse crescimento maior, mas é claro, também com apenas uma emissora né? Podendo, propiciando este espaço e realmente não dá para ter, desculpa, um crescimento tão grande né? Até por que a emissora tem limitações com relação ao horário para a população né... Ela mesmo que veiculasse filmes de produções nacionais o dia todo, somente isso, ainda assim seria insuficiente para dar vazão a todo potencial de produção audiovisual que o país com certeza possui né? Então vc tem primeiro grande eixo para a programação da TV Brasil a reestruturação da cobertura jornalística. Segundo grande eixo o incentivo a produção audiovisual nacional. E o terceiro eixo seria o caráter generalista da reformulação da grade da TV Brasil, né, e o que seria esse caráter generalista: bom a TV educativa que precedeu a TV Brasil ela tinha uma programação com conteúdos voltados quase que exclusivamente para a educação né, então eram conteúdos bastante específicos: educação, educação a distância, algumas coisas, assim... Na verdade eram conteúdos muito específicos. E o que vc tem com a TV Brasil é uma transformação no sentido de criar uma programação variada, uma programação com diversos gêneros televisivos. Assim como funcionam as TVs privadas. Então é claro se numa TV privada... Se vc for assistir a programação de uma TV privada vc vai ver que durante o dia vc tem a exibição de filmes, vc tem a exibição de jornais, de noticiários, de programas de entrevista, programas de auditório, de entretenimento, uma variedade de gêneros televisivos. Então a TV Brasil buscou também esse caminho. A reformulação da grade da TV Brasil foi no sentido de criar esse caráter generalista da TV pública, ou seja, vc vai ter diversos gêneros televisivos. Agora é claro, gêneros televisivos com uma ótica diferente, por que você não tem como numa TV privada a necessidade primeira de conseguir audiência com a exibição de determinado conteúdo... Então não é uma necessidade da TV. E aí está o grande diferencial de uma TV pública. Uma TV pública ela se diferencia principalmente do mercado de TV privado, pelo fato de que ela não depende de anúncios publicitários, e então por ela não depender de anúncios publicitários, ela não necessariamente tem que conseguir índices maiores de audiência... Não a busca pela audiência não é uma busca cega... É uma busca que procura a audiência de maneira inteligente, uma audiência diferenciada, que realmente venha a contribuir com certas discussões, então vc vai ter um funcionamento completamente diferente. E aí está o grande trunfo, o grande benefício a grande necessidade de se ter um sistema público de TV, um sistema que não está vinculado aos interesses comerciais, então também não estaria em tese vinculado a interesses estatais, por que também uma TV estatal ela vai ter como necessidade, propagar os seus ideais, os ideais de um agente só, de um determinado setor que seria o poder executivo, digamos, e uma TV estatal como, no caso, foi criada junto com a TV Brasil foi criada também outras emissoras estatais, a NBR e outras mais... Essas emissoras sim tem um conteúdo voltado para os interesses do poder executivo, tem emissoras do poder judiciário, do poder legislativo.

Então vc tem sim aí os interesses bem definidos, mas seja isento, ou na medida do possível a gente sabe que não dá para ser totalmente isento, mas isento da interferência prioritária de interesses tanto privados quanto estatal. Então essa programação generalista da TV Brasil foi a grande modificação vc tem uma série de programas voltados para o entretenimento, para a música, programas voltados principalmente para a produção audiovisual, jornalismo mais forte, você tem principalmente programas infantis que é o grande forte da TV Brasil, vc tem uma programação infantil de ótima qualidade que tem realmente uma relevância, inclusive eu acho que grande parte da audiência da TV Brasil vem do apreço da própria sociedade por essa programação infantil que é de ótima qualidade. Vc vê que a programação infantil nas emissoras privadas tem sido marginalizada, diminuída né... Você tem emissoras privadas que praticamente não tem programação infantil e você tem emissoras privadas que a programação infantil foi reduzida. Antigamente na Globo era manhã toda programação infantil. Hoje em dia praticamente você não tem programação infantil na programação toda. Então vc vai ter um fim de semana, quer dizer, a programação infantil é o grande forte da TV pública. PQ? Por que a programação infantil, como a ótica da TV pública não é a venda de espaço publicitário, então ela não depende disso, então ela pode exibir uma programação que não necessariamente gera essa renda. É o caso da programação infantil, a programação infantil não é tão rentável para as emissoras privadas então ela não é... Ela é uma lacuna que a programação da TV Brasil preenche no sistema televisivo nacional. Então isso é muito importante.

O que eu posso dizer a respeito da programação da TV Brasil? Que é o ponto digamos, mais positivo da TV Brasil é o ponto no qual realmente houve mais acerto e que com certeza que ela tem sido mais bem sucedida e vitoriosa nesse aspecto. A programação é de excelente qualidade, vc tem programas de debates, discussões, né... Tem programas interessantes inclusive sobre a TV né?

Eu. Sim, sim.

H. Você deve acompanhar O público na TV, tinha o programa ver TV do Laurindo Leal filho, que era muito interessante também, você tem um programa legal sobre TV, que é a TV que se faz no mundo, mostrando a realidade de outras TVs ao redor do mundo em diversos países. Então são coisas que só podem mesmo existir numa televisão pública, daí a importância do sistema público de TV e daí a importância da programação. Então a programação, de fato, foi o maior acerto da TV Brasil, nisso eu acho que pouca coisa é necessário que se modifique, eu acho que realmente a TV Brasil está no caminho certo com relação à programação. Agora o que é mais fundamental que essa programação chegue a maior parte da população, que é o problema que nós já falamos da estrutura e do financiamento. Então de fato a programação da TV Brasil é um ponto forte, o jornalismo da TV Brasil é também um ponto forte. Eu acho que existiram muitas críticas principalmente da oposição ao governo nos primeiros momentos da TV Brasil acusando a TV Brasil de ter um jornalismo chapa branca né, que é o termo utilizado no caso para emissoras com interesses apenas governamentais né. Então você tem aí alguns episódios, certas discussões a respeito, tudo bem, mas podem ter existido casos, mas enfim, eu diria que a tônica até mesmo do jornalismo tem sido uma tônica pública sim, onde há uma certa discussão maior, pelo menos do ponto de vista de programas de debates vc tem alternativas bastante interessantes.

P. Como o senhor avalia o grau de independência da TV Brasil com relação ao governo?

H. Então o grau de independência eu acho que ainda é insuficiente... A independência da TV Brasil ainda é pouca, eu acho que é necessário que a TV Brasil tenha mais independência em relação ao governo sim. Eu acho que a TV Brasil ela pode... Como eu falei... Eu acho que a independência ela tem que ser favorecida de duas formas: do ponto de vista financeiro. Eu acho que é imprescindível... Eu acho que os recursos são um ponto vital da independência de uma TV pública, vc não pode ter interferência do poder executivo e nem de nenhum poder, na fonte de recurso da TV pública. E não é o que acontece, vc ainda tem aí uma limitação nesse aspecto. E vc precisa também que a gestão da TV pública seja independente. Existe na previsão legal de criação da EBC da TV Brasil uma independência do gestor da TV Brasil, do presidente, dos diretores? Sim, eles podem tomar decisões, eles podem tomar decisões por conta própria, mas a escolha desses gestores é o ponto principal de critica. Então é claro que sim, eles têm autonomia, mas eu escolho que vem decidir de acordo com meus interesses? Não pode ser assim, então é logico que precisa se fortalecer esse sistema de seleção e de nomeação dos gestores, né, da emissora pública, e a gente espera que isso ocorra assim, mais breve possível. Que realmente é o ponto principal negativo. Eu acho que o grau de independência ainda é pouco... Ainda precisa ser bastante melhorado.

P. A TV Brasil em sua opinião pode ser realmente considerada como uma televisão de caráter público?

H. É... Essa é uma pergunta que eu deveria responder com um sim ou com um não, mas em vista... São muitos nuances que é muito difícil te precisar, eu diria que... Assim... Do ponto de vista histórico brasileiro, sim. Ela é uma TV pública, nunca existiu nada similar antes, que tenha os atributos os mecanismos, o conceito da TV Brasil, principalmente do ponto de vista conceitual sim, ela é uma TV pública. Mas essas limitações que ela possui na gestão, no financiamento e outros aspectos, na estrutura e tudo mais. Realmente fazem com que ela... Eu posso dizer que ela ainda não é completamente uma TV pública. Ela ainda tem muitos traços que fazem com que a função pública dela seja prejudicada. Então conceitualmente sim, é uma TV pública, ela foi criada com base nesse ideal, com pessoas que se orientaram pelos preceitos da complementaridade, pelos preceitos de um sistema público de comunicação e conceitualmente do ponto de vista ideal ela foi toda criada assim e tem se desenvolvido assim, vários aspectos inclusive na programação, mas em outros aspectos ela continua limitada por uma vinculação desnecessária ao poder executivo. Então em partes sim.

Não sei se eu consigo satisfazer sua pergunta assim dessa forma...

Eu. Acho que consegue, porque é complicado né?

H. É bastante...

Eu. Agora é uma última pergunta. Eu li recentemente uma reportagem que saiu falando da baixa audiência da TV Brasil e o senhor falou bastante da estrutura, que a programação não

consegue chegar para a população, e essa dificuldade. O senhor apontaria só a estrutura ou tem outras razões para essa baixa audiência da TV Brasil?

H. Pois é, assim, se vc for ver existem sim outras razões a estrutura é a principal razão e de longe, disparado a razão que mais pesa nessa baixa audiência, mas outra razão que eu poderia te colocar é simplesmente que a maior parte da população realmente não foi acostumada, não teve a vivência de uma TV pública desde o início, quer dizer, no seu histórico, no seu desenvolvimento, na sua experiência de vida, então como as pessoas não estão acostumadas ao conceito de uma TV pública, o parâmetro delas é uma TV privada. Então o público foi educado durante gerações a consumir um conteúdo de TV privado, um conteúdo voltado para audiência. Então é claro que há uma dificuldade nesse ponto. Veja bem, é difícil para a maior parte da população ligar num canal de TV e passar mais de uma hora vendo, por exemplo, um programa de discussão né, sobre um tema político, por exemplo, sobre aspectos da sociedade, quer dizer, vc não tem essa cultura de consumir determinados conteúdos né, por exemplo, o cinema nacional a produção independente, ela tem um outro foco, ela tem características diferentes que realmente a população não está familiarizada com essas características. Aí vc tem uma dificuldade, por que lógico, se o individuo, durante a vida toda dele ele foi acostumado a ligar a TV e ver o "Rambo" dando centenas de milhares de tiro num filme, e aquela coisa toda de ação violência e tudo mais, vc coloca de repente um conteúdo que não tem nada a ver com isso na frente do telespectador, ele não vai ser receptivo da forma como ele já é receptivo aos outros conteúdos, com isso que a população não tenha condições de absorver os conteúdos gerados pela TV Brasil, não, mas pelo contrario eu acho que isso é uma coisa que vai acontecer naturalmente com o tempo só que é necessário realmente que a população seja exposta a esse novo formato de conteúdo, essas novas características audiovisuais, essa nova linguagem televisiva que vem junto com o ideal de TV publica, então esse eu acho que é um aspecto fundamental vc, por exemplo, vê na TV Brasil programas que tem a exibição de orquestras, de música clássica, a população brasileira não é acostumada a consumir esse tipo de música clássica, não estou dizendo que a TV Brasil esta errada em exibir, não muito pelo contrario está certa e tem exibido, como eu já disse, a programação é o grande acerto da TV Brasil tem exibido de forma bastante consistente, inteligente, interessante esses conteúdos, eu acho que o caminho que ela está seguindo é o melhor caminho, mas a gente tem que compreender que isso vai levar um tempo até que a população realmente perceba a importancia, a relevância disso. E isso só vai também ser possível com a penetração do sinal da TV Brasil na maior do publico com a expansão do sinal, da retransmissão terrestre do sistema televisivo. Então eu acho que a baixa audiência tem esse outro fator também que é importante que ache que nós devemos considerar. Outro fator, como essa programação é uma programação mais elaborada, uma programação que tem esse viés mais informativo, mais cultural, educacional, logico quem vai ser mais propenso em consumir esse tipo de conteúdo é uma classe da sociedade que não são a maior parte da sociedade. Então vc vai ter setores com mais recursos, pessoas com mais bagagem de informação que vai ser mais receptiva a esse tipo de conteúdo. Então certamente isso faz com que o interesse seja nesse primeiro momento, seja de um publico um tanto elitizado. Clara vc vai ter na zona rural uma importante audiência d TV Brasil de pessoas que não fazem parte desse público mais elitizado, mais escolarizado, mas de toda forma o consumo desse tipo de conteúdo vai ser

prioritariamente desse público. Então vc tem aí um ponto, mas eu acho que só esse ponto não explica a audiência da TV Brasil, que esse ponto, por exemplo, seria o impacto que não seria o principal impacto. Eu acho que o principal impacto mesmo da baixa audiência da TV Brasil é com relação ao problema da transmissão, do alcance do sinal. Então veja vc, se vc quer assistir a TV Brasil, vc tenta sintonizar né, vamos dizer q tem uma emissora terrestre da TV Brasil na sua cidade, vc tenta sintonizar e fica a sintonia ruim, chuviscado, saindo fora do ar, vc não vai mais tentar novamente, vc vai deixar de lado, se vc nem tem a retransmissão no seu município, pior ainda... Você vai precisar ter uma antena parabólica, ou uma TV por assinatura para poder consumir o conteúdo da TV Brasil. Então realmente essa dificuldade é o maior fator, um outro fator que foi inclusive elencado pela então presidente da TV Brasil, Teresa Cruvinel, que foi presidente num primeiro momento da TV Brasil ela argumentou que a baixa audiência se devia também ao fato de que a maior parte das pesquisas de audiência no Brasil são feitas nos grandes centros urbanos. É lógico se a TV Brasil não tem retransmissora local terrestre nestes centros urbanos e assim, digamos, de maneira prática o sinal da TV Brasil é recebido na maior parte pelas pessoas da zona rural, digamos assim, pessoas que são cobertas pelo sinal de satélite você tem uma deficiência na quantificação dessa audiência. E nesse ponto eu tenho que concordar de fato eu acho que as pesquisas neste aspecto não traduzem a realidade da TV Brasil de maneira mais aproximada. Realmente você tem uma grande audiência que está em locais remotos, no interior, em regiões remotas que não vai fazer parte dessa estatística da audiência da TV brasileira. Então certamente existe um subregistro da audiência, com certeza a audiência da TV Brasil é um pouco maior do que as pesquisas geralmente apontam. Mas o que acontece mesmo a gente não podendo precisar o quanto ela seria maior e mais diversificada, você também a de concordar q ela continua sendo incipiente, por que a maior parte da população reside em grandes centros urbanos. Então é lógico que ainda ela é uma audiência insuficiente. Então este aspecto da audiência é preocupante, por que ora, veja seis anos depois da criação da TV Brasil já era pra ter mudado alguma coisa. Você não vê um incremento consistente na audiência, todas as pesquisas, pelo menos durante o período que eu estava fazendo o meu trabalho, minha pesquisa, que eu pude acompanhar, que eu pude ter acesso, indicavam audiências, assim, baixíssimas, cinco pontos, quatro pontos, as vezes 1 ponto, as vezes menos de um ponto entendeu... E houve até, eu tenho no meu material que eu pude verificar na imprensa, inclusive declarações de determinados setores da oposição dizendo que a emissora tinha alcançado o traço, o que é o traço? Seria o nulo, quer dizer audiência quase zero. Então, a então presidente Teresa Cruvinel rebateu essas declarações dizendo que a emissora nunca alcançou o traço, mas também você vê que a TV Brasil não divulga a audiência dela. O que é preocupante, por que claro, em uma TV pública as pessoas esperam que se possa ter acesso e acompanhar a audiência, inclusive por determinados gêneros televisivos que são exibidos por programa, para vc ver como está funcionando a TV Brasil, vc não tem acesso a essas informações sobre a audiência da TV Brasil. Não sei agora, mais recentemente, que esse último ano eu não tenho acompanhado tanto, mas durante o período da minha pesquisa não tive acesso a audiências, que não os números divulgados através dos releases da própria TV Brasil. Então a gente não tem como perceber essa audiência e isso é um problema, por que vc esperaria que pelo menos ela tivesse um crescimento pequeno, sim, mas que esse crescimento fosse consistente e eu

acho q não está acontecendo isso. E por que não está acontecendo? Por que a TV Brasil não tem estrutura suficiente, então é claro se ela continua nos mesmos locais, transmitindo para as mesmas regiões, para as quais já transmitia desde sua criação o único incremento de audiência que vc pode ter aí é no crescimento do interesse do próprio público dessa região que tem se mostrado, que não ocorreu da forma como se esperava, mas aí vc vem me perguntar: Poxa, mas a programação não é interessante, não é diferenciada? Sim, mas vem todos aqueles outros fatores, aí sim eu acho q conta os outros fatores que eu tinha te colocado, com relação à cultura de consumo, de conteúdo televisivo, realmente que vc tem da população brasileira, certo?

P. Professor, o senhor acha que a maioria dos brasileiros sabe da existência da TV Brasil, por que eu converso com algumas pessoas e falo que estou estudando a TV Brasil, a maioria das pessoas não sabe do que se trata a TV Brasil, o que é, todo mundo fala, ah o Canal Brasil, não a TV Brasil. O senhor acha que a maioria dos brasileiros sabe da existência, que eles têm essa alternativa?

H. Eu acho que não. Eu acho que isso é outro ponto deficiente que precisa ser trabalhado. Veja bem, vc falou uma coisa importantíssima. Não tem a estrutura que garante a cobertura do sinal com qualidade para a maior parte da população, então isso já faz com que a população não tenha conhecimento da TV. Mas sim, ela poderia ter conhecimento de outras formas né? Ela poderia se informar através de campanhas publicitárias da TV Brasil, a divulgação da emissora de outras formas, através de eventos regionais entre outras coisas, que você vê que não acontece, é como eu lhe falei quando a TV Brasil foi ao ar em dez de 2007 as pessoas sabiam mal da TV digital, a TV Brasil ninguém sabia, por que não houve divulgação. Mesmo a Rede líder de audiência, no caso a Rede Globo, ela faz campanhas publicitárias, faz ações promocionais, ela faz eventos, ação global, isso, aquilo, então quer dizer existe um esforço em manter a imagem dessa emissora a qual me referi, na cabeça do brasileiro. Então esse esforço eu vejo que é inexistente, assim, incipiente na TV Brasil. Não existem realmente campanhas, eventos, coisas que possam promover o desenvolvimento da marca TV brasil. Olha, veja que isso é importante. Seria necessária uma divulgação ampla, uma divulgação forte, consistente para poder fazer a gente entender que existe uma TV pública, para que esta TV pública, qual a finalidade desta TV pública? É só mais uma TV? Por que eu devo assistir uma TV pública? O cidadão se pergunta né? Deveria pelo menos se perguntar, se a maior parte da população tivesse com essa pergunta na cabeça, o que é uma TV pública? Por que eu devo assistir uma TV pública, já seria um grande mérito né? Mas não é o que a gente observa. E a que eu credito isso? Realmente na falta de investimento em divulgação da TV Brasil, divulgação pelos meios tradicionais, de forma... Uma divulgação institucional, mas também uma divulgação através de eventos, de discussões, de diversos mecanismos que ela poderia lançar mão que não fossem tão custosos. É claro que vc imaginar que a TV Brasil é vá fazer uma divulgação nacional, vc deve imaginar que isso teria um custo enorme né? Então logico, também não faz muito sentido divulgar isso aí, talvez seja o fator que tenha feito que até agora a TV Brasil não tenha tido uma divulgação como deveria, seja o fato que não faz muito sentido vc divulgar uma emissora da qual as pessoas não vão ter acesso. Por que não tem retransmissão no seu local. Então realmente fica difícil, vc não vai ter como incentivar as

peças a conhecerem a marca TV Brasil, a conhecerem o produto TV Brasil, a conhecerem a iniciativa o projeto e tudo mais. O conceito de TV pública se vc não tiver como fazer esse sinal chegar até as pessoas. Então realmente vc tem toda razão, acho que a maior parte da população, não tem... Na minha pesquisa não foi o foco levantar esse aspecto, então eu não tenho informações digamos, concretas sobre isso, mas eu posso dizer que pela minha percepção, o decurso da pesquisa durante o período que eu estava envolvido mais fortemente com essa questão eu realmente tive a mesma impressão que vc... a maioria das pessoas não conhecem a TV Brasil e não conhecem sequer esse conceito de TV pública.... Que é uma pena... Seria uma coisa que eu acho que ia trazer, teria que trabalhar mais. Ai na sua cidade tem retransmissão?

Eu. Não.

H. Não né? Vc tem acesso através de que?

EU. Através da Sky, que eu tenho televisão por assinatura né? Então é pela Sky que eu tenho acesso.

H. Olha, veja como é irônico, né. Eu acho que uma parte considerável das pessoas que tem acesso a TV Brasil, tem acesso à emissora pública pelo meio mais caro de acesso a TV, que é a TV por assinatura. Eu acho que até um ponto interessante de destacar que essa legislação da TV por assinatura que determinou que as empresas do setor retransmita os canais públicos eu acho que isso foi realmente um ponto muito positivo, e uma coisa muito favorável a construção do sistema público de TV. E isso antecedeu a criação da TV Brasil em vários anos. E isso vem como eu lhe disse de todo um movimento que teve antes, tá, de diversos setores de TVs educativas, de TVs Universitárias, foram vários encontros, discussões a respeito desse tema, digamos, organizadas pelas entidades do setor né, do setor público de TV, que fizeram com que determinadas regras, fossem instituídas, e essas regras que realmente favoreceram. Então é como eu coloquei. A TV Brasil emergiu de um contexto específico, de um governo específico, sim. Mas veja que isso foi só, digamos, assim, o catalisador, foi só catalisador desse novo... Dessa reordenação do sistema público de TV. Da criação da TV Brasil, da TV pública, por que na verdade esse anseio pelo fortalecimento do sistema ele veio provocando diversas fissuras no predomínio do sistema privado, no decorrer de vários anos. Então essa questão da legislação da TV por assinatura, da lei do cabo e tal... Isso daí é da década de 90 se eu não me engano. E já previa essa característica que foi uma vitória, então essa previsão legal é uma vitória e tantas outras vitórias conquistadas por pessoas que realmente encabeçaram movimentos em torno do sistema público, da formação de um sistema público de TV né? Então eu vejo que isso ocorreu paulatinamente. Mas é claro, só veio a ganhar as dimensões que ganhou com a TV Brasil quando o poder maior, no caso o poder executivo, teve interesse em fomentar essa iniciativa. Então veja que ironia. Uma grande parte do público que tem acesso e principalmente um público que tem mais poder aquisitivo, que tem mais instrução, que tem mais escolaridade é o público que vai consumir o canal da TV Brasil e o conteúdo da TV Brasil Então eu acho que isso é uma coisa interessante de se observar viu?

P. Bom professor, as perguntas que eu tinha para fazer eram essas. O senhor quer acrescentar mais alguma coisa?

H. Não, não que eu esteja lembrando. Acho que deu para tocar nos pontos principais da reordenação do sistema público de TV né. Eu acho que uma coisa interessante, outra coisa sim, que eu queria falar é que existe, eu pude perceber, que existe certo movimento do sistema privado tá, em fazer com que o sistema público de TV continue sendo funcional ao status quo, por que todas as vezes em que houve iniciativas de se fomentar um sistema público de TV o sistema privado indiretamente, né, a gente observa que ele vem criando certos obstáculos e tudo o mais. Então você vê que todas essas iniciativas como o primeiro fórum, como a própria MP que criou a TV Brasil como todas as outras iniciativas elas não ocorreram sem resistência do sistema privado de TV. Essa resistência ela ocorreu de forma direta, através de... Por exemplo... Só o fato de não darem visibilidade, já é uma resistência. Dar visibilidade a uma iniciativa de uma TV pública, de um sistema público de comunicação já é uma resistência enorme e para além dessa ausência de visibilidade que o sistema privado deixou de fornecer, também existem fatos pontuais, na minha pesquisa vc pode ver que eu cito fatos até políticos durante as eleições, durante o período eleitoral que realmente foram digamos, assim, tiveram a finalidade de prejudicar né, o governo que estava lá se estruturando, estruturando o setor audiovisual na época, então esse é um ponto que eu acho que nós devemos destacar. Que o sistema de comunicação privado ele continua predominante e ele faz tudo para se manter. Por exemplo, os fundos, você tem que observar também que boa parte do congresso brasileiro, boa parte dos políticos, dos deputados, dos senadores, são proprietários de emissoras privadas, de comunicação de TV, de rádio, sistemas de comunicação completos, jornais, então esses políticos, a maior parte deles não tem interesse no fortalecimento de um sistema público de TV. Por que o sistema público de TV iria concorrer diretamente com essas emissoras né? Então é lógico que isso é uma grande dificuldade no cenário democrático brasileiro que a gente tem de realmente emplacar e fortalecer o sistema público de TV e de comunicação. Então vc tem uma dificuldade nesse aspecto que tem sido vencida assim, pontualmente, sabe... de maneira muito lenta, gradual, por que realmente é uma resistência muito grande, você vai ter diversas coisas aí pesando contra. Quando vc quer aprovar um fundo, por exemplo, como o Fuste, como outras formas de receitas para a TV pública o congresso vai lá e cria entraves, vão criar dificuldades, então tudo isso vai pesar contra como a sociedade vai conseguir realmente o sistema público de TV? Essa pergunta né? Vc tem aí um dilema que vai além da questão puramente técnica, ou puramente de comunicação. É uma coisa que envolve o cenário político, é uma questão que se tem é que em determinados episódios, determinados casos políticos, o sistema vai se fortalecendo, vai ganhando espaço, mas é muito difícil. E outra coisa que é necessário seria uma participação da sociedade, o envolvimento... o que também é bastante difícil, você não tem, é curioso isso... Daí você vê a importância do sistema público de comunicação de maneira geral, quando vc não consegue, a sociedade não consegue se organizar e mobilizar de maneira suficiente para ter esse paradigma né, então se a sociedade consegue se organizar para romper com esse paradigma, principalmente por que não existe próprio sistema público de comunicação da maneira como deveria existir, com a força que deveria existir vc observa que nessa situação, nesse contexto é importantíssimo a decisão, é importantíssimo a motivação de um poder, de um ator social, no caso, o poder

executivo para poder fazer realmente a diferença, se não há como se comentar o desenvolvimento do sistema público, de maneira tão eficiente, agora é claro a gente tem que observar outros fatores também o próprio sistema de TV, eu queria ressaltar, eu sei que sua pesquisa é mais sobre a TV Brasil, sobre o sistema público de TV. A complementaridade entre os sistemas também foi o foco da minha pesquisa, mas é interessante a gente colocar que não é só o sistema de TV. O sistema público de comunicação né? A gente tem que pensar nesse aspecto por que a TV é digamos, o principal veículo de comunicação do país atualmente, que você tem realmente mais força, abrangência, penetração e tal... Mas o interessante é que vc ter todo um sistema de comunicação que envolva vários veículos, esse seria o ideal... Não só de TV. Então é um sistema público de radio, um sistema público de jornal, sei lá... De... Revista e tudo mais, de produção... De produção audiovisual... Então veja é todo um complexo de comunicação que é importante para uma sociedade democrática e que precisa e vai além de um sistema público de TV. Então isso eu gostaria de ressaltar. A TV Brasil faz parte da EBC, e a EBC é justamente esse sistema público de comunicação. Então veja que é interessante que os formuladores desse política pública eles tiveram a iniciativa de criar não só a TV, mas realmente de criar um sistema que envolve radio que envolve uma agencia de noticias, que envolve, no caso, jornal impresso, mas envolve o jornalismo produzido e veiculado através de outros meios, do portal e tudo o mais. Então esse é um aspecto interessante, eu acho que o movimento tem q ser não só em torno da TV, mas em torno de um sistema de comunicação, e o que vc observa é que isso acontece também em torno de um sistema privado, inclusive geralmente que no caso brasileiro que é um caso a parte. Que nos outros países nos quais nós já citamos Japão, Inglaterra, Estados Unidos. Existem restrições à propriedade cruzada dos meios de comunicação. Então a pessoa que tem uma TV não pode ter um jornal, ou só pode ter em determinada quantidade, em uma determinada região, ele não pode ter uma radio ou ele tem limitações com relação a essa radio, quer dizer não existe um domínio de determinados grupos, exclusivo de todo sistema de comunicação. Então se tenta evitar isso pelo menos, aqui no Brasil não existe essa restrição da forma como nos outros países que nós falamos, e isso é um grande problema, por que aí o sistema privado... Você tem, por exemplo, aqui no Maranhão o dono da emissora que retransmite o sinal da Globo é também o dono do maior jornal de circulação, que também é o dono da radio FM, quer dizer em vários estados isso se repete, não é só aqui no Maranhão. Então você tem na verdade uma concentração de diversos meios de comunicação muito forte nas mãos de poucas pessoas, de poucos grupos empresariais e isso é perigoso, isso é uma coisa que não é favorável ao desenvolvimento do ambiente democrático, então essa limitação, esses grupos atuam de maneira nacional e vc tem uma dificuldade enorme. Então o sistema de comunicação, também, ele tem que fazer frente não só no aspecto da complementaridade em relação à TV, mas eu acho que essa complementaridade tem que ser estendida ao sistema de comunicação como um todo, rádios, jornais, revistas, sistemas de produção audiovisual e tudo o mais. Então vc tem aí uma tarefa muito maior, um objetivo muito maior para ser alcançado.

E outra coisa assim, que esse também, que é toda uma situação de incerteza é também uma oportunidade. Que agora se tem observado do ponto de vista de comunicação de massa, né, vc tem observado o declínio consistente e crescente da audiência da TV como um todo, certo? Então por que isso ocorre, justamente por conta do avanço da Internet, e de outros fatores

assim, quer dizer, da multiplicidade de recursos de comunicação que a sociedade tem tido acesso. Então veja, não é de hoje, durante anos consecutivos, durante os últimos anos a audiência dos telejornais, das telenovelas, da programação das TVs tem decaído, então vc poderia se perguntar, poxa, se a TV que é principal meio de comunicação tem enfrentado dificuldades, dificuldades assim, claro, ainda é um dos maiores veículos de comunicação que recebe maior parte dos recursos publicitários, sim, mas de fato a TV privada ela está tendo essa sua primazia colocada em questão, e a tendência é que a influencia dela seja reduzida, mesmo que gradualmente, mesmo que seja pontualmente, mas você vê que essa situação, as novas tecnologias a internet e tudo o mais estão conseguindo criar fissuras no domínio do sistema privado de TV. Então diferentemente de outras décadas nas quais a TV reinava absoluta, vc hoje tem pessoas que discutem através de redes sociais, a sociedade questiona muitas vezes esse sistema privado de TV, questiona através de forum de discussão, através de redes sociais, o papel de uma TV privada então isso não existia alguns anos atrás, assim da forma... Não é que não existia... Existiam discussões... Não com a intensidade que está ocorrendo hoje com o avanço da internet. Então vc poderia se perguntar, poxa, mas então quer dizer que a TV Brasil foi criada num momento no qual está declinando a TV? Não, eu acho que assim como ocorreu no passado e ocorreu com outros veículos como o radio como a TV, agora com o avanço da internet haverá uma diminuição sim, mas a TV vai continuar tendo sua importancia né? É importante sim que se crie sim um sistema público. Agora o que eu quero colocar é que esse avanço das tecnologias alternativas da Internet ele vem colocar outro paradigma: o principal paradigma é com questão ao conteúdo, por que vc vai ter uma convergência talvez, da forma de retransmissão, mas o conteúdo audiovisual vai continuar existindo, seja retransmitindo através de emissoras, através da internet a TV Brasil vai oferecer um conteúdo de uma TV. E eu acho que ai que esta grande oportunidade. Eu falo nesse período de incerteza em relação ao futuro da TV, em relação à abrangência, ao posicionamento, a posição da TV no cenário nacional eu acho que a TV Brasil tem uma grande oportunidade e ela precisa fazer o uso dessa oportunidade na forma exatamente de que: e eu até sugiro isso no meu trabalho, que a TV Brasil ela possa na verdade transformar o portal dela não apenas numa vitrine do programa, da programação, do conteúdo dela, mas num canal completo de interação e de exposição dos conteúdos dela, que esse canal possa ser divulgado, que ele possa realmente fazer as pessoas conhecerem o conteúdo audiovisual da TV Brasil, da TV pública por meio, talvez, da internet. Então quer dizer, por isso também se você observar há um interesse do governo, do poder executivo em ampliar o acesso à internet da população de maneira geral e esse interesse é muito saudável, então o plano nacional de banda larga está ai para isso, então você vê que é o foco mesmo, tem apostado bastante nisso, tem incentivado por que ele sabe a importância disso não só pelo acesso a internet, mas para a difusão do sistema público de comunicação, para a difusão de informação de maneira mais democrática. Então isso é na verdade uma coisa que é importante, por que um sistema privado de TV ele é democrático, tem certo apartidarismo, sim, em parte, ele não é digamos assim, um sistema privado de TV ele não é declaradamente favorável ao partido A, B ou C, mas ocasionalmente as emissoras, as vezes, funcionam com filtros e interesses de determinados setores da sociedade, então veja, isso realmente para o ambiente democrático não é interessante vc vai ter ai, na verdade o sistema privado que se diz isento, que se diz

democrático, que se diz a voz da população, na verdade as vezes é a voz do interesse de alguém que é proprietário desse veículo de comunicação ou do interesse de alguém relacionado a esses grupos, então realmente a internet ela vai, ela com certeza vai produzir fissuras nessa primazia do sistema privado de TV e eu acho que também é isso, vc tem aí o crescimento exponencial da banda larga, também o acesso a população agora tem de tablets, smartphones isso tudo é uma oportunidade para o sistema público de TV de maneira geral, sistema público de comunicação e os setores da sociedade civil que militam nessa área que são envolvidos com essa discussão, tem nesse momento uma oportunidade única de dar vazão a essa demanda a essa necessidade por uma comunicação pública, como a gente espera viu.

P. Muito obrigada pela sua atenção, pela disponibilidade, contribuiu bastante com o meu trabalho, muito obrigada.

H. Fico feliz, qualquer duvida, qualquer informação que vc precise, precisando de qualquer informação estou à disposição. Também agradeço a oportunidade de poder contribuir, e poder estar colocando um pouco do resultado da nossa pesquisa e do nosso interesse aqui, pelo sistema público de televisão, que é uma coisa tão importante para a nossa sociedade.

Eu. Muito Obrigada Professor, um bom dia.

Entrevista Eduardo Castro

Jornalista e Diretor geral da EBC. Entrevista concedida à autora via Skype no dia 30 de maio de 2013.

E. Diga lá, no que eu posso te ajudar?

P. A minha primeira pergunta, qual a importancia de um país possuir uma televisão pública?

E. Televisão pública, não é só a televisão pública, é a comunicação pública como um todo, ela é importante, como alternativa diante da televisão comercial, da radio comercial, por que a radio comercial e a televisão comercial são voltadas para a maximização da audiência, ou seja, eles ainda que sejam serviço público, toda a comunicação é serviço público, pode ser encarada dessa forma, mas a escolha da programação, na televisão comercial ou na radio comercial é pautada pela necessidade de ter altas audiências ou a mais alta audiência possível. Na comunicação pública não, na comunicação pública você se guia pela sua missão, e como você não depende de comerciais para se remunerar você não precisa buscar sempre as mais altas audiências, você pode optar por esse ou por aquele serviço, por essa ou aquele vertente baseado em outras premissas, como por exemplo, se a televisão comercial está ofertando ou não aquele tipo de conteúdo, ou a radio comercial, se naquela região do país, no nosso caso que é um país muito grande você tem conteúdo diferenciado vindo de outras regiões. Ou por que como a emissora comercial busca lucro, ela muitas vezes centraliza a produção dela, Por que fica mais barato. E além de tudo comunicação pública ela é historicamente importante, a BBC é publica na Inglaterra, no Reino Unido, a NHK é publica, a CNC é publica no Canada, a PBS é publica nos EUA, países nórdicos tem comunicação pública forte, a RAI é publica na Itália, RTP é publica em Portugal, você tem inúmeros exemplos.

P. E sobre o cenário em que foi o concebido o projeto da TV Brasil, queria que o senhor colocasse um pouquinho sua percepção sobre o I e o II Forum nacional de televisão pública.

E. A TV Brasil, a EBC é filha direta do primeiro, por que se vc pegar inclusive a lei da EBC você vai pegar lá artigo II e III ela é quase que a reprodução da carta de Brasília que é o resultado do primeiro forum de TVs públicas. Tudo o que a carta de Brasília preconiza como o que deveria vir a ser... o que eram as bases que deveria ser montada a estrutura de comunicação pública que o governo se mostrava disposta a fazer estão ali refletidas na lei. Então o primeiro forum de TVs públicas ele foi muito importante e não foi só por isso. Ele foi importante também por que ele colocou reunido todo o campo da comunicação pública, notadamente da televisão, depois nos fizemos também um forum de rádios públicas, um pouco depois do primeiro forum, foi no rio. Mas nessa ocasião se juntaram as associações de emissoras educativas e culturais que é a Abepec, a Astral, quer dizer de emissoras legislativas,

a ABCCOM, na altura a única que existia de comunitárias, que mais que tinha, tinha as das legislativas também, que me fugiu o nome e neste momento eu estou esquecendo, também participou o governo, o Ministério das Comunicações, o Ministério da Cultura e a Secom. Participaram praticamente todas as emissoras então existentes que a gente chamava de iniciativas ilhadas, que era cada uma fazendo uma iniciativa ou unidas apenas por programação, TV CULTURA, TVE do RJ, a Radiobras, com a TV nacional aqui de Brasília, emissoras dos estados, enfim, foi um momento importante que politicamente esse grupo de comunicadores, essa gama de profissionais que trabalhou com isso e que há muitos anos queria ver regulamentada a constituição neste aspecto conseguiu se reunir e tirar um documento importante que foi a carta de Brasília e que acabou dando origem àquilo que veio ser a EBC depois. O segundo fórum foi uma continuidade do primeiro, eu acho até que esta na hora do terceiro, deveria até ser da comunicação, não só da TV por que a rádio pública também tem seu espaço e não deve estar fora da discussão. Mas o pedido geral ali era o pedido que era mais ou menos como foi a criação de Brasília, estava na constituição, mas não saía do papel, a criação de Brasília estava na constituição desde o Império, que iria se levar a capital do país para o interior. E um dia um presidente resolveu tirar aquilo do papel e construiu Brasília. Ali é mais ou menos, num certo sentido, a mesma coisa. Estava na constituição desde 1988 que a comunicação ela era teoricamente ali dividida entre a comunicação pública, a comunicação estatal e a comunicação privada. A privada a gente sempre soube como ela é o que ela fazia a estatal de certa forma também, e o que era a comunicação pública? Se ela estava ali, o legislador botou ali por algum motivo, várias discussões existiram antes, na época da feitura da constituição, e se chegou a essa divisão que está lá, no artigo 221, 222, 223 e não saía do papel uma definição do que seria a comunicação pública. A partir do fórum de TVs públicas, muito embora já houvesse trabalho acadêmico em cima disso, tanto que é esse embasamento acadêmico foi utilizado também lá pelo pessoal do fórum, também a turma da academia estava nos fóruns, eu me esqueci de citar. Então... Fundamentalmente foi isso, foi uma... A busca ali era por algo que já estava preconizado na constituição e não saía do papel.

P. E partindo desse princípio da complementaridade, é... qual sua opinião sobre o papel desempenhado pela TV Brasil no setor televisivo?

E. Desculpe cortou, eu não ouvi tua pergunta.

P. Ah, sim. Partindo do princípio da complementaridade qual sua opinião sobre o papel desempenhado pela TV Brasil no setor televisivo?

E. A tentativa dela desde o primeiro dia é fazer com que esse princípio da constituição... É preencher esse espaço, né? Com base naquelas primícias que nós falamos no princípio a TV pública não tem compromisso com a audiência simplesmente, ela quer ser vista pela maior quantidade de pessoas possível, mas não pauta sua programação, o seu viés por isso, e a TV Brasil faz isso, a comunicação pública ela tenta ofertar o que a comunicação comercial não oferta e a TV Brasil tem tentado fazer isso com os programas de música brasileira, até com a série C que a gente está colocando no ar semana que vem, também a tentativa exatamente é essa, é dar uma visibilidade a estados que não aparece na televisão quando se fala de futebol,

por exemplo, são times que não aparecem por que não estão na primeira divisão. Programas ligados à cidadania, um jornalismo mais... Até com uma cadência diferente, a gente tem jornais mais longos, o jornal da noite tem uma hora, e nenhuma televisão aberta tem isso, programas de reportagens especiais semanal que trata de assuntos densos, pesados, que é o caminho da reportagem, a própria agência Brasil que está muito marcada pela sua trajetória ligada a cobertura de assuntos dos direitos humanos e cidadania. Enfim, eu acho que a TV Brasil, a EBC como um todo, em todos os seus veículos tem tentado preencher essa necessidade preconizada pela constituição sim.

P. O que representou a criação da TV Brasil no mercado de televisão nacional?

E. Para o mercado de televisão nacional hoje em dia a TV Brasil tem uma rede maior que a REDE TV, na verdade não é a rede da TV Brasil, é a rede pública que é capitaneada pela TV Brasil por força da lei, ela tem 55 geradoras, ela está em 96% dos cabos, a lei diz que tem que ser 100%, mas é um processo, ela chega em banda C... Que tem parabólica, já estamos em 65 países e estamos chegando rapidamente a 80, já, já 80 países pela TV Brasil internacional, chegando aos brasileiros que moram fora do Brasil. E também todo o trabalho que a gente faz na internet para disponibilizar o sinal, disponibilizar o conteúdo da TV seja por streaming, seja por demanda, então eu acho que ela é muito embora, em São Paulo a percepção dela não seja igual no restante do país, por que São Paulo... Por dois motivos principais: primeiro por causa da localização... Nos aparelhos de recepção, a TV Brasil em São Paulo ela é UHF o canal 62, 63, então o digital e o analógico, ela está muito longe daquilo que é o costume das pessoas sintonizar a televisão. Mesmo assim a gente tem algumas audiências, tem dia que a gente ganha da TV Gazeta, tem dia que a gente ganha da TV Cultura em São Paulo, não é todo dia, mas isso acontece. E também por que no imaginário do paulista a TV Cultura, que muito embora em outras bases, em termos... A empresa, a Fundação Padre Anchieta tem outra concepção que é um pouco diferente da EBC, mas ela já fazia o que a gente busca encontrar no caminho da comunicação pública em alguns aspectos há bastante tempo, programação infantil de qualidade, com debates, então a TV Cultura ela ocupa esse espaço da TV pública no imaginário dos paulistas com muito mais força do que em outros lugares. Mas a TV Brasil hoje ocupa esse espaço em praticamente em todos os outros estados do Brasil. Não só por ela, mas também pela parceria que ela faz com as emissoras locais, com as geradoras locais, sejam estaduais, sejam municipais, ou seja, até algumas fundações sempre educacionais, educativas e de direito privado.

P. E agora pensando no modelo de gestão quais seriam as limitações e os acertos no projeto da TV Brasil durante esses quase seis anos de existência?

E. Acho que tem muita coisa que ainda... Que esteja na lei é muito difícil... Sair na prática. Eu brinco dizendo, que o estado brasileiro muitas vezes ainda não se conforma com a nossa existência. Por que a lei 8.666 precisa ser utilizada, é uma empresa pública, os princípios de transparência, de impessoalidade, compra por licitação é a regra, e tudo isso é possível de usar numa empresa para fazer comunicação, no meu entendimento, mas a velocidade que exige, as

vezes, ainda é incompatível com os mecanismos de utilizar. Também questões de pessoal, muito embora eu seja a favor do concurso público, a regra para o ingresso na EBC é por concurso público, a gente sabe que para algumas atividades artísticas, algumas atividades que o diferencial é necessário, vai ser muito com esse concurso a contratação da pessoa que é a mais indicada para esse ou aquela... Muitas vezes nem para aquela ação, para aquele programa, mas para aquele momento. Eu acredito que daqui alguns anos quando a EBC tiver mais solidificada, ela seja vista pelos alunos de universidade como um caminho a ser seguido. Quando a comunicação pública como um todo estiver mais estabelecida e as pessoas quiserem ser comunicadores públicos, hoje já há isso, mas em número ainda relativamente pequeno, as pessoas querem mais apresentar jornal na Globo do que fazer comunicação pública, acho que por causa do pouco tempo que essa coisa existe no Brasil. Na medida que isso for solidificando a empresa vai estar mais sólida e você vai achar cada vez mais dentro do corpo funcional da empresa, pessoas para as mais variadas necessidades, seja do administrativo, seja do artístico, seja do jornalístico. Mas como a empresa é muito nova houve apenas um concurso para ela, nem todo mundo está lá dentro e isso ainda causa alguma complicação para determinados aspectos, mas eu acho que o TCU tomou uma decisão, recentemente, que vai ser paradigmática em benefício da TV Brasil em termos do seu regime simplificado de compras, da EBC no caso e isso vai facilitar a contratação de alguns serviços por parte da EBC que hoje em dia a gente tem muita complicação em fazer. Ou seja, o estado brasileiro, os órgãos de fiscalização vão se acostumando com a ideia de ter uma empresa de comunicação como parte do estado e uma empresa de comunicação tem necessidades diferentes de ministérios, autarquias, e até mesmo de outras empresas né?

P. E pensando um pouco na estrutura da TV Brasil e no seu modelo de financiamento quais o senhor apontaria como limites e acertos?

E. A lei que criou a TV Brasil prevê praticamente todo o tipo de financiamento que não a comercialização de espaço publicitário. Ela permite até a doação, se você quiser fazer uma doação para a TV Brasil hoje a lei permite. Por que no direito público você só pode fazer o que a lei permite, se a lei não permitir ninguém pode fazer, a lei permite que você, eu, ou uma empresa privada façamos uma doação para a TV Brasil, isso nunca aconteceu, mas nos EUA é muito comum, a NPR que é a rádio pública, a PBS que é a TV Pública fazem isso muitas vezes ao longo do ano, estimulado inclusive, aliás está acontecendo neste instante na rádio. Que eles pedem doação às pessoas, nós não temos esse hábito, a gente nunca fez isso. Eu tenho claro para mim que o modelo que está na lei, ele vai atender, também na medida em que as coisas forem se solidificando, o que a TV Brasil precisa, o que a rádio precisa, o que a empresa precisa, por que ali preconiza que o estado tem sim que se responsabilizar em parte pelo pagamento das despesas da EBC e eu acho isso certo, o estado brasileiro, a população brasileira, por meio de seus deputados e senadores diz que querem isso. Então a lei criou a EBC e o orçamento estatal ajuda a dar a tranquilidade que essa empresa precisa para não ter que buscar comercial a qualquer preço, então é necessário no meu entendimento que o estado arque com parte desse custo, mas não apenas. A lei prevê que a Empresa Brasil de Comunicação pode vender serviço, mas a gente tem dificuldade em executá-lo justamente por que como é que eu vou fazer um serviço que dura sei lá... Por exemplo... Vou dar um exemplo

que aconteceu e que houve dificuldade, nós conseguimos fazer, mas houve dificuldade, é Rio + 20, acabou acontecendo um boom de emissoras, foi montado e capitaneado pela TV Brasil e EBC, mas foi um boom de emissoras, câmeras de varias emissoras para fazer a transmissão dos variados eventos. O governo poderia ter contratado a EBC só que a gente não tinha gente para fazer isso, é um projeto que dura 15 dias e até antes dessa decisão do TCU a gente não tinha condição de fazer uma contratação de pessoas para executar aquele projeto e depois elas serem só contratadas para outro projeto. Vc não tinha como fazer isso com funcionário concursado, como é que vc ia chamar concursado para fazer um projeto de 15 dias. Então eu acho que depois dessa decisão do TCU a possibilidade de vender serviços coisas que a EBC já faz para a voz do brasil. A voz do Brasil é um serviço vendido pela EBC e comprado pela Secom, a TV NBR a Secom contrata, mas é pequeno numero de pessoas que faz e já que já vem quase que de Radiobras essa quantidade de pessoas. Agora para fazer uma TV, a assembleia legislativa, por exemplo, a EBC... A lei diz que ela pode ser contratada e não havia condições e agora vai ter. Então essa é uma forma também de conseguir recurso, é uma forma de financiamento que esta prevista na lei. Outra forma de financiamento que esta prevista na lei que a gente está começando a exercer, o direito... É o apoio institucional e o apoio cultural, que é diferente do comercial, da venda de espaço comercial se uma empresa quiser associar a sua marca a um produto da TV Brasil, seja uma cobertura especial, seja um programa de radio, seja um quadro de determinado programa ela pode. Ela não pode esperar da TV Brasil, da radio nacional, por exemplo, que se venda produto, compre tal produto a gente não pode fazer por causa de tudo aquilo que nós falamos. Eu acho até que é bom que não possa. Mas associar a marca dela, esse telejornal é apoiado pela empresa tal, ou mensagem institucional a empresa tal apoia reciclagem de lixo, a empresa tal apoia o social... Isso ela pode fazer e isso é um meio que a EBC como um todo pode se remunerar também.

E a última coisa que a gente espera que se resolva logo é a contribuição QUE a lei prevê a contribuição para o fomento da comunicação publica desde o primeiro ano, mas ela nunca chegou aos cofres da EBC e de nenhuma outra emissora por causa de uma ação na justiça das empresas de telefonia né, que o dinheiro vem do fuste e as empresas elas depositam em juízo, perderam em primeira estancia recentemente, mas ainda não há uma decisão legal sobre esse assunto. No momento em que esse dinheiro for colocado a disposição das emissoras públicas, eu acho que também ai a gente vai ter uma forma de financiamento. O ideal é a gente ter um financiamento partilhado e a lei já prevê isso, eu acho que nos estamos trabalhando e o nosso planejamento estratégico prevê que a gente consiga alcançar a independência financeira montada nesse tripé principalmente a partir de 2022, então é um objeto nosso chegar a esse resultado.

P. E sobre a programação? Eu conversei com alguns pesquisadores e todos ressaltaram de maneira bem positiva a programação da TV Brasil, então eu queria que o senhor falasse um pouco sobre.

E. Bom a programação da TV Brasil ela tem como um principio a missão da empresa. Criar e difundir o conteúdo para a formação critica das pessoas. Então dentro dessa missão vc vai do esporte ao jornalismo, do paradidático ao... TV especial ao programa de samba. Então é uma

gama grande de possibilidades que se colocam e também a outros dois princípios que a lei solicita que sejam observados: que é a garantia de espaço para a produção independente e para programação regional. A lei fixa patamares mínimos de 5 e 10% mais a gente tem claro que são patamares mínimos, quanto mais a gente conseguir subir esses patamares, a gente vai estar cumprindo melhor a nossa missão. Então é... Tendo esses balizadores e o acompanhamento do conselho curador que é formado majoritariamente por representantes da sociedade civil, são quatro ministros apenas, e 15 pessoas da sociedade de diversas regiões do país de diversas profissões, diversas origens, eu acho que isso nos ajuda muito a estar sempre atento aquilo que a gente está fazendo.

A programação da TV Brasil ela tem hoje como marca principal, eu acho que ainda é a programação infantil. E a gente vai estreiar no segundo semestre programas novos, produções novas. A gente tenta buscar aquilo que de melhor tem em termos de desenho animado nacional e estrangeiro, para colocar por 6 horas pelo menos por dia na nossa programação. A gente tem programação infantil de manhã e no início da tarde. Hoje em dia praticamente só o SBT tem um pouco de programação infantil na televisão aberta. Então eu acho que essa é uma marca que nos difere. Também os programas de debate. A gente tem a linha desde a Leda, o Sem Censura a tarde, até os programas que a gente hoje colocou ali as 20 que é as Brasileiras que são as do Nassif, o Ver TV que está fora do ar, mas esta retornando, que é um programa que discute televisão, o observatório de imprensa com o Dines, o 3 a 1 que é nosso programa de entrevistas, então essa faixa é uma faixa voltada a reflexão e ao debate de políticas públicas, assuntos de interesse nacional e internacional.

E daí a noite a gente tem uma faixa, que a gente chama de linha de shows, que é o samba na Gamboa que é um programa representativo é o único programa de samba em horário nobre no Brasil. É um negócio meio... Brasil, samba, horário nobre só tem numa televisão aberta. Ali a gente também algumas produções internacionais de destaque. A gente tem nossos programas de reportagem especial que é os caminhos da reportagem, nova África que é um produto que a TV Brasil tem desde o início que é uma revista sobre assuntos africanos também só está na TV Brasil. E os filmes, é a televisão que repetidamente recebe a marca de que a TV aberta que mais passa filmes brasileiros no Brasil e longe dos demais, ela já tem duas sessões por semana pelo menos. Quando não mais, essa semana agora vai começar... Nós teremos mais inclusive. A gente também tem filmes sul-americanos, latino americanos, uma sessão especial para isso.

E também as nossas coberturas especiais, como o carnaval, agora São João que são coberturas que a gente não faz a cobertura de um evento, de um feriado, a gente faz uma cobertura de uma grande manifestação cultural, seja a manifestação cultural de pessoas na rua ou manifestação nos shows que acontecem durante esses períodos. São dois exemplos de coberturas especiais ano passado, por exemplo, no dia em que Luis Gonzaga faria 100 anos, o centenário do Gonzaga, a TV Brasil, a radio nacional, os portais transmitiram ao vivo de exu, na cidade em que ele nasceu um show ao vivo. Então é uma... A oferta de um tipo de conteúdo que a gente não costuma ver nas televisões comerciais, mas a nossa tentativa de fazer essa diferenciação não pelo ruim, mas sim pelo bom... não por que olha veja, que porcaria que eles fazem... Não eles têm um tipo de objetivo e nós temos outro, e a gente ofertando isso na casa das pessoas gratuitamente e de forma aberta, a gente dá opção as

peessoas para que elas escolham, aos telejornais que eu já falei telejornais mais longos, a noite. Agora a gente está passando... O telejornal era de manhã e a gente está passando para hora do almoço, a gente vai reforçar o telejornalismo local a partir da semana que vem, enfim acho que essas são algumas das marcas da programação. E para esse ano ainda no segundo semestre tem serie C que é uma coisa que chama atenção por causa da diversidade que a gente vai por no ar. A gente vai por o Brasil inteiro aparecendo.

P. E como o senhor avalia o grau de independência da TV Brasil com relação ao governo?

E. Eu acho que embora haja uma discussão até acadêmica, não devia ser ligada a Secom, devia ser ligada ao ministerio da cultura, eu acho que isso, assim, na pratica a interferência do governo é pequena, é nenhum em termos de conteúdo. E a TV Brasil tem, a EBC tem como a gente já falou por causa do momento que nós estamos passando uma dependência financeira do orçamento federal. Então ela fica sujeita aos sobes e desces do orçamento do país. Então isso claro que tem impacto. Em 2011 houve um corte de 70 milhões no orçamento da EBC então isso é uma situação que a gente quer trabalhar justamente naquilo que a gente falou anteriormente, para garantir a independência, para chegar a independência. Nos editoriais o controle que o conselho curador faz é visível é um controle efetivo, é participativo, então... Hoje em dia as reuniões do conselho curador são transmitidas ao vivo, todos os documentos que se produzem... A programação da EBC está na pagina da internet. Além, claro, da programação que a gente põe no ar, talvez quem melhor possa falar sobre a independência do material da TV Brasil não sou eu, é o publico é quem assiste, quem assiste eu acho que está mais abalizado, por que esta recebendo as informações, está podendo comparar com os outros canais, está podendo comparar com o que lê, está podendo comparar com o que espera. Então eu acho que ele é o maior avalista da independência que nós temos em termos editoriais.

P. E a TV Brasil em sua opinião pode realmente ser considerada como uma televisão de caráter público?

E. Sem dúvida, sem dúvida. O dono dela é o povo brasileiro, isso não tem... Não tem nada que seja mais publico do que isso. Em termos acadêmicos vc vai ver lá aquela definição de TV pública, de empresa pública, de comunicação pública, eu acho que nós já estamos ou já dentro ou muito perto do que a lei nos prevê que chegar o ritmo de ser entendido por todos como emissora pública.

P. Algumas pessoas ressaltam bastante a baixa audiência da TV Brasil, o que o senhor acha se deve essa baixa audiência?

E. Uma série de fatores, eu acho que principal deles é que aquilo que foi herdado pela TV Brasil em termos de equipamentos das emissoras que antecederam que é a TV Nacional e a

TVE, eram muito defasados e sempre essas emissoras tiveram dificuldade em ter um bom sinal. O canal dois, se vc perguntar a algum engenheiro que entenda de televisão, ele vai te dizer que há diferenças das frequências e o pior canal é o 2. Como a televisão brasileira privilegiou as comerciais grande parte das emissoras públicas estão no canal dois. Aí já começa uma dificuldade. A segunda é que a renovação desse parque técnico envolve muito financiamento, sistemas de compras governamentais, com um orçamento que não é infinito e também as disparidades entre as emissoras da rede.

A TV Ceará canal 5 é muito diferente tecnicamente, institucionalmente, da Fundação Aperipe que é em Sergipe, que é muito diferente da Fundação Aldeia que é no Acre, que é muito diferente da Fundação Piratini que é a TVE do Rio Grande do Sul, que é muito diferente do IDEB que é o instituto de comunicação da Bahia que é a TVE de lá, canal 2, que é muito diferente da EBC, aquela que chega mais perto em semelhança surgiu agora que é a EPEC empresa Pernambuco de comunicação. E essas emissoras também foram ao longo do tempo sucateadas, muitas foram politicamente utilizadas e isso deixa uma brecha na programação. E também eu acho que a baixa audiência também se reflete... Meio que... O biscoito é fresquinho por que rende mais ou rende mais por que é fresquinho. A gente não busca audiência ao fazer escolhas de programação, a gente quer ser visto, é óbvio, a gente deve ser visto pela maior quantidade possível de pessoas, né, mas a escolha de horários em que a gente coloca as coisas na televisão, as vezes tenta encontrar um público determinado, e não a maior faixa de público possível, como faz a TV comercial isso também influencia, é assim no mundo inteiro que tem televisões públicas com caráter do que nós temos. Eu dou o exemplo de Portugal para ficar fácil de entender. Portugal tem dois canais públicos, RTP1 e RTP2.

RTP1 é canal o que eles chamam de generalista, disputa audiência e vende comercial, é público, é do estado português, mas ela disputa audiência e vende comercial, o canal 2, tem uma programação muito mais próxima da TV Brasil, como é a PBS nos EUA por ex. Tem audiências muito mais baixas. Não é biscoito fino, a gente tenta sair disso, não é elitista a programação da TV Brasil, ela é muitas vezes popular programa de samba no horário nobre, por um lado, mas não é necessariamente para encontrar a maior audiência, e sim ofertar algo que a gente considera de qualidade para que o brasileiro possa optar que ele possa escolher.

P. O senhor acha que os Brasileiros tem ciência da existência da TV Brasil? Que a maioria das pessoas que eu converso e digo que estudo a TV Brasil perguntam, ah é o canal Brasil?

E. Em que estado vc mora?

Eu. Em SP.

E. Faça uma pesquisa em outro lugar para ver se vc chega nessa mesma conclusão.

Eu. Sim.

E. É o que eu estava falando com relação a TV cultura. Faça essa mesma pesquisa em um estado como PE, como a BA, um estado como o RJ. O Rio Grande do Sul foi um dos últimos

a se unir a rede pública. MG a rede minas é muito ligada já há algum tempo a TV Brasil, por causa da rede pública. Se vc buscar essa mesma referencia em outros lugares a audiência da TV Brasil é maior por causa dos esparsos resultados de IBOPE q a gente recolhe nesses lugares, a gente não tem... Não tinha, agora vamos passar a ter IPOBE de outras cidades que não apenas as três em que a TV Brasil tem geradora e que o Ibope tem cobertura diária que é São Paulo, Rio de Janeiro, Brasília, a nossa outra geradora é São Luis do Maranhão, mas lá não tem ibope diário. Mas certamente se vc buscar referencias em outros estados vc vai encontrar a programação da TV Brasil sendo mais localizada com a mesma facilidade que a da TV Cultura.

P. É a ultima pergunta senhor Eduardo, quais são as perspectivas que o senhor faz para o futuro da TV Brasil, da EBC.

E. Eu acho que a TV Digital se coloca com uma grande porta... Uma linha de largada, vamos colocar assim, para que a TV pública esteja junto das demais, a TV pública ela surgiu no Brasil 60 anos depois da TV privada, como instituição solidamente colocada. Tinha lá TV Cultura com sua iniciativa e sua especificidade, a TVE do rio, etc., mas a instituição da TV pública como algo para ser distribuído para o Brasil inteiro a partir de um principio bem definido, vem em 2007 com a criação da TV Brasil, e ela entrou no ar no dia em que começou a TV Digital, dia 2 de dez de 2007, não foi por acaso, foi para simbolicamente, inclusive simbolicamente, demonstrar que estamos no jogo, no dia em que a televisão brasileira começa a dar um salto, e um salto longo, ele vai terminar lá para 2016, 2017, esta marcado para 2016, mas a gente sabe que talvez aí, há muita discussão no Ministerio das comunicações para a data do chamado switch off, que é o desligamento dos canais analógicos, a gente sabe que o dia que isso acontecer, o nosso canal em São Paulo, por exemplo, vai estar em pé de igualdade, tanto em termos de qualidade quanto em termos de localização no dial da televisão que estão os outros canais abertos. E aí a gente acha que a gente vai ser percebido com muito mais facilidade como um canal, que é uma alternativa. Não é um canal alternativo, mas sim uma alternativa de comunicação colocada, por exemplo, para os paulistas. A televisão aqui em Brasília, por exemplo, nós fizemos um esforço que vai ser compensando no ano que vem que é a colocação da TV Brasil como uma das emissoras na torre única digital. Por que aqui em Brasília nós vamos ter não só uma única torre, hoje há, no analógico há uma única torre, mas cada um tem sua antena espetada nela, que faz com que elas tenham diferenças... o poderio econômico de cada emissora determina diferenças na compra. Na antena nova aqui de Brasília não, é a mesma torre e a mesma antena. Então vai todo mundo ter a mesma qualidade de sinal e aí eu acho que também a gente vai ter a possibilidade de mostrar melhor para o telespectador aqui de Brasília onde a gente já é bem mais conhecida... Que nós estamos... Eu brinco falando que nós estamos nadando na piscina dos adultos também então é para se colocar como uma alternativa sim, algo que o povo brasileiro sabe que está lá e que deve se utilizar de maneira conscientemente sabendo que é um canal q da programação diferente das demais, por causa de tudo isso que a gente falou. Eu acho que em termos de televisão essa, entrada né, ela é lenta, mas ela é gradual na TV digital vai nos dar a possibilidade de aparecer com mais força no cenário. Até por que durante esse tempo a empresa vai se consolidando, a empresa vai aprendendo com os próprios erros, vai se posicionando melhor no conhecer a si

próprio, os seus limites e vai expandindo os seus limites em termos de utilização da legislação essa coisa toda. Então eu acho que a gente tem muito que ganhar a frente. A gente está vendo no radio, por exemplo, a Rádio Nacional vai transmitir a Copa do Mundo pela segunda oportunidade seguida a gente transmitiu... transmitimos em 2010, depois de muitos anos...uma emissora pública não comprava os direitos, compramos os direitos do ano que vem. Vamos agora transmitir a copa das confederações pela radio nacional e uma rede pública de rádios se formou em torno dela, que é algo que também não existia. No radio esta aí acontecendo essa consolidação, os transmissores novos foram comprados para as emissoras AM no ano de 2010 eles já estão no ar. Então a qualidade do áudio da Rádio Nacional está como nunca esteve, ou como há muito tempo não se tinha desde os tempos da grande radio nacional do RJ, que era uma referência, e era uma emissora pública e era líder de audiência. Então eu acho que é assim, a nossa entrada na internet foi entrada como gerador de conteúdo, a gente apara da TV Brasil tinha a própria Agência Brasil, mas não tinha uma página multimídia na internet. A partir do final do ano passado entrou no ar o portal da EBC, e a gente já tem... Eu não vou saber dizer aqui de cabeça, mas os números são sempre crescentes em termos de audiência e também a repercussão muito positiva. A própria agencia Brasil cresce no numero de leitores, e de utilização do seu material pelos jornais em praticamente no Brasil inteiro, não só no Brasil como fora também. Praticamente todas as agencias em português usam nosso material, os portais todos usam o material da agencia Brasil, e isso vai se consolidando. Então eu acho que não é de um dia para o outro, não é em cinco minutos ou em cinco anos que a gente vai conseguir fazer com q o povo brasileiro sinta, primeiro de tudo que é dele, primeiro de tudo que a televisão e a radio são dele, então ele tem poder e dever, e direito de interferir na programação e também de verificar que aquilo tem um viés diferenciado em termos de oferta, seja de música clássica que a gente tem na Rádio Mec., seja em termos de programa infantil desenho brasileiro que a gente ajuda a financiar e que se não fosse essa iniciativa da TV Brasil dificilmente haveria aquele determinado desenho. Eu acho q é um caminho, não vou dizer sem volta pq... Mas eu acho que a consolidação vai se dando a cada dia.

Eu. Bom, as minhas perguntas eram essas, o senhor gostaria de colocar mais alguma coisa?

E. Não, eu acho que... Não sei... Vc quer mais alguma coisa fica vontade.

Eu. Para mim está suficiente, está bem claro. Posso utilizar nossa entrevista na minha dissertação tem problema?

E. Pode, pode sim.

Eu. Muito obrigada, pela atenção.

E. De nada, um abraço.