

UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE
INSTITUTO DE ARTES E COMUNICAÇÃO SOCIAL
GRADUAÇÃO EM PRODUÇÃO CULTURAL

KAMYLA MAMEDE DE ABREU

**TV BRASIL:
A MATERIALIZAÇÃO DE UMA EMISSORA DE COMUNICAÇÃO PÚBLICA**

RIO DE JANEIRO

2014

KAMYLA MAMEDE DE ABREU

**TV BRASIL:
A MATERIALIZAÇÃO DE UMA EMISSORA DE COMUNICAÇÃO PÚBLICA**

Trabalho de conclusão de curso apresentada à Universidade Federal Fluminense, como requisito para obtenção do Título de Bacharel em Produção Cultural.

ORIENTADORA: Prof. ^a Dr.^a Marina Frydberg

RIO DE JANEIRO

2014

Ficha Catalográfica elaborada pela Biblioteca Central do Gragoatá

A162 Abreu, Kamyla Mamede de.
TV BRASIL: a materialização de uma emissora de comunicação pública / Kamyla Mamede de Abreu – 2014.
77 f.
Orientadora: Marina Frydberg.
Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Produção Cultural) – Universidade Federal Fluminense, Instituto de Arte e Comunicação Social, 2014.
Bibliografia: f. 75-77.

1. Televisão. 2. Brasil. 3. Identidade nacional. 4. Mídia.
I. Frydberg, Marina. II. Universidade Federal Fluminense. Instituto de Arte e Comunicação Social. III. Título.

CDD 791.450981

AGRADECIMENTOS

Agradeço, principalmente e em especial, à minha orientadora, Prof.^a Dr.^a *Marina Frydberg*, pessoa e profissional que se tornou modelo de inspiração para mim por tamanha sabedoria e paciência, que me conduziu com destreza ao longo desses meses de estudo e contribuiu de forma decisiva para a conclusão desse trabalho. Aos meus pais, *Alexandre Gonçalves de Abreu e Margarete T. Mamede de Abreu*, por todos os anos de suporte emocional e financeiro, juntos possibilitaram a realização de um sonho. Sem eles não conseguiria me tornar metade da profissional e pessoa que sou hoje.

Agradeço também ao meu namorado, amigo e incentivador *Yuri Carvalhaes*, que sempre acreditou em mim e tornou a tarefa muito mais leve ao me ajudar nos momentos mais difíceis.

À equipe do *Estúdio Móvel*, amigos de trabalho que compreenderam as minhas ausências e me ajudaram a concluir esse ciclo. Agradecimento especial a *Joana Martins*, pelas conversas e contribuições.

Agradeço a todos que me concederam material e conhecimento, em especial *Jonas Valente e Laurindo Leal Filho*.

Por fim, agradeço a todos que deram sugestões, carinho e apoio nos momentos de dificuldade.

SUMÁRIO

Introdução	6
1. Capítulo 1: A televisão no Brasil	8
1.1. A influência da televisão no Brasil	9
1.2. Elementos estruturantes de uma emissora	13
1.3. Construção do campo público de televisão no Brasil	18
2. Capítulo 2: Uma rede pública de comunicação chamada TV Brasil	26
2.1. A criação da TV Brasil	26
2.2. Princípios e Objetivos	31
2.3. Natureza e Gestão e Recursos da TV Brasil	34
3. Capítulo 3 – Programação: Característica e desafios	46
3.1. A importância da programação	46
3.2. A programação entre emissoras comerciais e públicas	50
3.3. Critérios para elaborar a programação	61
3.4. Audiência vs qualidade	66
Conclusão	73
Referências bibliográficas	75

INTRODUÇÃO

O presente trabalho propõe estudar a TV Brasil, emissora pertencente a rede pública de comunicação coordenada pela EBC - Empresa Brasil de Comunicação. O objetivo é analisar TV Brasil, verificar se ela apresenta aspectos que a tornam uma emissora pública de qualidade.

A motivação para a realização desse estudo surgiu no questionamento da materialização do binômio “ideologia e realidade” da TV Brasil, ou seja, os conceitos elaborados no momento da criação da TV Brasil estavam sendo colocados em prática? A missão da TV Brasil é criar e difundir conteúdos que contribuam para formação crítica das pessoas, tornando-se uma alternativa ao cenário das emissoras comerciais consolidado no Brasil. O papel da TV pública é ser plural, diversa, atendendo aos mais variados públicos. Essa é uma missão complexa quando se pensa grande diversidade presente na nação Brasileira. Como funcionária da emissora, comecei a me perguntar se após sete anos da sua criação, a TV Brasil estava conseguindo superar os desafios do setor e se consolidar como emissora pública no mercado? Quais eram os maiores gargalos enfrentados por ela e qual era a perspectiva da emissora para o futuro? Teria a TV Brasil uma validade, era um projeto viável ao longo dos anos? Para responder essas perguntas era necessário entender o contexto histórico que vinha como pano de fundo no momento da criação da TV Brasil; era preciso entender quais eram as condições estruturantes essenciais para existência de uma empresa de comunicação pública de qualidade e principalmente se a TV Brasil contava com essas condições? E finalmente, como a missão da emissora era colocada em prática na elaboração de sua programação.

Para tal, o trabalho contém três capítulos. O primeiro se dedica a fazer um breve apanhado histórico da televisão no Brasil, observando a importância e a influência desse aparelho da indústria cultural na sociedade brasileira, entender a hegemonia da emissora comercial e a marginalidade da emissora pública no Brasil.

O segundo capítulo analisa a construção da TV Pública como empresa, quais são os elementos estruturantes que tornam uma emissora pública? Como esses elementos influenciam na materialização da missão da TV Brasil? Um dos elementos chave e unanimidade entre os estudiosos do assunto é o poder de autonomia da emissora. Quanto mais independente nas

vertentes de gestão e financeira, mais chances a emissora pública tem de conseguir alcançar o seu objetivo. Dessa forma, o capítulo analisa esses dois itens estruturantes da TV.

A programação de uma emissora é o resultado dos valores e dos objetivos de qualquer empresa. A partir da análise da programação consigo me aproximar ainda mais do objetivo desse trabalho: perceber como está sendo colocado em prática a ideia de TV pública no Brasil?

A Radiodifusão Pública conta com distintos modelos de funcionamento em várias nações. Entretanto, algumas características são, ou deveriam ser, comuns, entre elas a independência editorial e financeira; a autonomia dos órgãos de governança; a presença da pluralidade, diversidade e imparcialidade da programação; um mandato claro de serviço público; a prestação de contas junto ao público e junto aos órgãos reguladores independentes. De uma forma geral, este estudo se propõe analisar se esses critérios mencionados acima, considerados essenciais na formulação de uma emissora pública de comunicação, fazem parte da estrutura da TV Brasil.

Diversos materiais serviram de base para o presente trabalho de conclusão de curso, tal como, os livros publicados por Laurindo Lalo Leal Filho, Eugênio Bucci, a dissertação de Jonas Valente e Teresa Otondo. Além de estudiosos da área, eles são profissionais atuantes no setor e que também estão em busca de uma comunicação mais democrática.

Os relatórios da Unesco serviram de base para pensar a qualidade e aspectos da TV Pública de uma forma mais universal. Além destes preciosos estudos, foram utilizados também alguns livros e materiais institucionais da própria TV Brasil, que forneceram dados relevantes para a realização de um estudo comparado.

Portanto, todo o trabalho realizado abaixo foi fruto de pesquisas feitas ao longo de meses, sendo utilizados estudos, conversas com interessados no setor e a própria experiência da autora como estudante de produção cultural e funcionária da TV Brasil.

1. A TELEVISÃO NO BRASIL

Como ponto de partida para a realização desse trabalho, busco realizar um encadeamento cronológico que contextualiza e justifica a relevância do objeto de estudo, no caso, a TV Brasil. No primeiro momento faço um breve levantamento da importância e influência da televisão brasileira na atualidade. Destaco a hegemonia do modelo comercial no Brasil, onde os programas são produzidos pelo alicerce da audiência e do lucro sem uma independência editorial. Então, através de um rápido resgate da história da televisão indico os motivos que levaram o modelo comercial a sobrepor ao modelo público no Brasil. Para entender a relevância da construção de uma comunicação pública no Brasil utilizo os estudos de Pierre Bourdieu que analisa as características da televisão comercial e aponta uma série de condições que impedem o desenvolvimento da informação e do entretenimento de forma democrática e independente. Uma vez justificada a necessidade da construção de uma comunicação pública para encontrar o equilíbrio entre os modelos existentes, é necessário entender quais os aspectos que caracterizam e diferenciam um mecanismo do outro. No Brasil, entre a comunicação pública e comercial, existem outros modelos, tais como, emissoras educativas e culturais, comunitárias e universitárias, legislativas, entre outras. Nessa parte do trabalho tento entender quais são os aspectos que caracterizam uma emissora pública. Assim como, relação do governo e o papel que ele desenvolveu para a democratização da comunicação. Através de um breve resgate histórico indico os avanços alcançados na construção da comunicação pública, apresentando dessa forma, o contexto político e cultural em que a TV Brasil foi criada. Uma revisão histórica permite colocar o modelo público de radiodifusão em comparação com os demais modelos. Essa etapa é importante para compreender as razões e características predominantes que moldam a radiodifusão pública. Sendo assim, a partir da análise histórica obterei maior compreensão da estrutura jurídica-institucional da emissora - segundo capítulo - e das escolhas editoriais da TV Brasil - terceiro capítulo. Resumidamente, nesse primeiro capítulo, houve a tentativa de entender a definição de comunicação pública, para depois, apresentar o panorama de como se desenvolveu o “campo público” no Brasil até chegar o momento da criação da Empresa Brasil de Comunicação – TV Brasil

1.1. A INFLUÊNCIA DA TELEVISÃO BRASILEIRA

É impossível pensar a segunda metade do século XX e o atual século XXI sem a televisão. Esse importante veículo de comunicação revolucionou a forma do homem de se relacionar com o tempo e com o espaço. Ainda que nos dias de hoje a televisão tenha a sua hegemonia contestada por outros meios como o vídeo game e a internet, ainda assim, a televisão continua desempenhando papel fundamental na vida dos brasileiros. Segundo o censo do IBGE de 2010, 95% das casas em todo Brasil possuem televisão, enquanto a internet está presente em apenas 30,7% dos domicílios. Por ser mais popular que os outros meios, possui maior capacidade de comunicação, tornando-se o grande elo de conexão entre o indivíduo e a sociedade. A televisão é a principal fonte de diversão, de conhecimento, de produção de significados sociais e culturais para grande parcela da população.

No Brasil o modelo institucional que possui hegemonia de audiência é o modelo comercial, onde o foco é o entretenimento e a informação, com o objetivo de alcançar o lucro, sendo os conteúdos produzidos sob o alicerce da audiência e publicidade, com isso, foi criada uma lacuna na prestação de serviços públicos de radiodifusão.

A televisão é um objeto eletrônico de conhecimento de quase toda a população mundial. Ele consiste, basicamente, na "transmissão à distância, por via elétrica, de imagens não permanentes de objetos fixos ou móveis"¹ onde "permite que as pessoas vejam as mesmas coisas ao mesmo tempo, criando uma nova unidade de tempo" (BUCCI, 2012)². Sua função é entreter e informar (WATTS, 1990, pg.20.). Podemos dizer que "a televisão serve para o homem contemporâneo se exprimir, colocar as suas ideias, se comunicar. Essa ideia básica da televisão". (MACHADO, 2012)³

A complexidade da sua definição está na importância simbólica que a televisão desempenha para cada sociedade, isso muda de país para país, como o objeto de estudo será a

¹ Disponível em: < <http://www.dicionariodoaurelio.com/Televisao.html>> - Acessado em 06 de Dezembro de 2013

² BUCCI, Eugênio. O que é televisão?. s.l. 12 de Maio de 2012. Projeto Sonhar TV . Disponível em: <<http://sonhar.tv/categorias/entrevistados/eugenio-bucci>> Acesso em: 01 de Dez 2013

³ MACHADO, Arlindo. O que é televisão?. s.l. 25 de Abril de 2012. Projeto Sonhar TV. Entrevista para o projeto Sonhar TV Disponível em: <<http://sonhar.tv/arlindo-machado-o-que-e-televisao/>> Acesso em: 01 de Dezembro de 2013

televisão pública no Brasil, vou me limitar analisar apenas a importância simbólica da televisão no Brasil.

A influência que a televisão brasileira exerce sobre a população é uma das maiores do mundo ⁴. A televisão é a principal fonte de informação e diversão para grande parte da população principalmente para aqueles que tem menos acesso a diferentes formas de informação e entretenimento. "A televisão pontua - e mobiliza em muitas formas - a vida e ações de milhares de pessoas. A televisão faz parte, enfim, da vida nacional. Ela está presente na estruturação da política, da economia e da cultura brasileira." (GOULART; SACRAMENTO; ROXO, 2010, p. 7)

Através do resgate da história da televisão é possível ter uma melhor compreensão das dinâmicas sociais, políticas e econômicas que envolvem o indivíduo e a sociedade na qual estão inseridos, pois a televisão é "o conector basilar do mundo individual do sujeito com o social que o cerca. Estudar televisão é o mesmo que estudar o cotidiano" (SILVERSTONE, *apud* CAMPANELLA, 2011, p.1) Dessa forma, é possível destacar a relevância simbólica e a influência que a televisão tem no Brasil.

No Brasil a televisão é herdeira do rádio, a partir desse veículo de comunicação vieram a mão-de-obra, as fórmulas dos programas e o modelo institucional adotado. Para o rádio, a década de 1920 foi decisiva para a definição do seu modelo institucional, o Brasil seguiu o modelo norte-americano, no qual o rádio é um empreendimento comercial, ao invés de seguir os modelos de radiodifusão do Leste Europeu, onde o estado assumia o controle, ou da Europa Ocidental, onde a ideia do serviço público se consolidava. Segundo Renato Ortiz (1988), durante o Estado Novo, o governo Vargas, com seu projeto de organização política e cultural de maior controle dos meios de comunicação, teve grande interesse pelo Rádio, a radiodifusão foi pensada em termos estratégicos para garantir a finalidade educadora do veículo, aparelho pedagógico do estado, de integração nacional e transmissão da palavra oficial, no entanto, podemos acrescentar que por motivos de ordem política, apesar de sua tendência centralizadora, Vargas tinha que compor com as forças sociais existentes (neste caso o capital privado, que possuía interesses concretos no setor da radiodifusão), a própria Rádio Nacional, encampada pelo governo Vargas

⁴ A TV Globo é a segunda maior emissora do mundo. Disponível em: <<http://tvfoco.pop.com.br/audiencia/rede-globo-sobe-e-vira-segunda-maior-emissora-do-mundo/>> Acesso em 27 de Novembro de 2013

praticamente funcionava nos moldes de uma empresa privada. Entre 1940 e 1946, o faturamento da emissora, graças à publicidade, é multiplicado por sete. Ao que tudo indica, segundo Renato Ortiz (1988), a acomodação dos interesses privados e estatais se realizava no seio da mesma instituição sem maiores problemas.

Na década de 1950 a televisão é implantada no Brasil herdando o modelo institucional de comunicação do rádio, no caso o comercial. "O show de inauguração da TV Tupi de São Paulo em 18 de Setembro de 1950 foi um espetáculo de rádio realizado diante das câmeras." (LEAL, 2000, p. 153) Sendo assim, no Brasil foi adotado o modelo comercial de televisão, uma vez que era esse o modelo seguido pelo rádio. Desde a implantação da televisão no Brasil a preocupação é com os anunciantes como destacado pelo autor Renato Ortiz (1988) na fala proferida por Assis Chateaubriand durante a primeira transmissão oficial da TV Tupi no livro "A moderna Tradição Brasileira".

Esse transmissor foi erguido com a prata da casa, isto é, com recursos da publicidade que levantamos, sobre as Pratas Wolff e outras não menos maciças pratas da casa; a Sul América que é o que pode haver de bem brasileiro, as lãs Sams, do moinho Santista, arrancadas ao coito das ovelhas do Rio Grande, e mais do que tudo isso, o guaraná Champagne da Antártica, que é a bebida dos nossos selvagens. O caium dos bugres do pantanal mato-grossense e de trechos do vale amazônico. Atentai e verei mais fácil do que se pensa alcançar uma televisão: com Prata Wolff, lãs Sams bem quentinhas, guaraná Champagne borbulhante de bugre e tudo isso amarrado e seguro no Sul América, faz ser um bouquet de aço e pendura-se no alto da torre do Banco do estado, um sinal da mais subversiva máquina de influenciar a opinião pública – uma máquina que dará asas à fantasia mais caprichosa e poderá juntar os grupos humanos mais afastados (CHATEUBRIAND apud ORTIZ, 2006, p. 59)

Para Laurindo Leal (2000) no Brasil ocorre o oposto do que verificado no Reino Unido, lá a referência dada pelo rádio era o modelo público, enquanto por aqui o modelo comercial adotado pela televisão se consolidou como o mais importante instrumento da indústria cultural brasileira.

No livro "Sobre a televisão", Pierre Bourdieu (1997) revela uma série de mecanismos da dinâmica de produção televisiva que afetam diretamente o telespectador e outros campos sociais, políticos e econômicos da sociedade.

Segundo Bourdieu (1997, p. 30) a emissora comercial restringe e atinge a produção de conteúdos para televisão. Devido às pressões do índice de audiência e a concorrência praticada entre emissoras, os profissionais desse setor tendem a praticar o que Bourdieu (1997) chamou de *circulação circular da informação*, onde cada emissora fica atenta ao que a outra está produzindo e para não ficar para trás na corrida pela audiência produzem a mesma coisa e apostam sempre

em fórmulas certas de retorno de audiência e publicidade, com isso a informação e o conteúdo se repetem, a concorrência televisiva produz um grande *mingau homogêneo* (BOURDIEU, 1997, p. 36) de conteúdo. "Há, hoje uma mentalidade-índice-de-audiência nas salas de redação, editoras, etc. Por toda parte, pensa-se em termos de sucesso comercial [...] hoje, cada vez mais, o mercado é reconhecido como instância legítima de legitimação" (BOURDIEU, 1997, p.37) . Para um produto ser reconhecido como sucesso é preciso ter a legitimação da mídia, que por sua vez, seleciona o produto, a partir do princípio do *sensacional*, do *espetacular* (BOURDIEU, 1997, p.25) e algo que possa interessar a todo mundo, apostando em nas "variedades, preenchendo o tempo raro da televisão com o vazio, com nada ou quase nada, afastam-se as informações pertinentes que deveria possuir o cidadão para exercer seus direitos democráticos" (BOURDIEU, 1997, p.24)

Outro aspecto das emissoras comerciais destacado por Bourdieu (1997) é a questão do tempo na televisão. O índice da audiência exerce na televisão o efeito: da pressão da urgência. O tempo para televisão é algo muito curto, não propiciando ao pensamento, para Bourdieu (1997) na urgência não se pode pensar. Com isso a televisão produz *ideias feitas*, ou seja, ideias que são aceitas por todo mundo, banais, convencionais, comuns. Com isso, a televisão comercial privilegia o *fast-thinkers* que se propõe ao *fast-food cultural*, alimento cultural pré-digerido, pré-pensado.

A *censura invisível* (BOURDIEU, 1997, pg.19) praticada pela televisão, ou seja, conteúdos que são deixados de ser exibidos pois a emissora é da empresa X, ou da família Y é uma constante na produção comercial televisiva, segundo Bourdieu. Esses e outros aspectos apresentados exemplificam a necessidade e importância de uma emissora fundamentada em outros princípios além do índice da audiência. No Brasil junto com a televisão comercial e aberta, estão presentes a televisão estatal, pública, comunitária, universitária e legislativa, no entanto, o modelo televisivo que tem mais relevância e alcance no Brasil é o comercial. A luta pela democratização do sistema de comunicação no Brasil tem registro desde do nascimento da radiodifusão, com o pioneiro do rádio Roquette Pinto, entretanto, tanto os esforços dele quanto, os esforços das organizações, intelectuais e profissionais da comunicação, que se seguiram ao longo dos anos não conseguiram se impor diante da perspectivas comerciais. Em dezembro de 2007 foi inaugurada a TV Brasil, gerida pela Empresa Brasil de Comunicação - EBC,

inaugurando um sistema de comunicação pública. Laurindo Leal afirma, no relatório do Sistema Público de Comunicação no Brasil, organizado pelo Coletivo Intervezes⁵, que a criação da EBC aparece como um dos elementos necessários ao fortalecimento democrático do país, juntamente com a revisão do marco regulatório da comunicação

1.2. ELEMENTOS ESTRUTURANTES DE UMA EMISSORA PÚBLICA

Ao estudar a TV Pública trazemos a tona uma série de discussões que giram em torno do que é serviço público e a noção de serviço na comunicação. De acordo com a pesquisadora Teresa Otondo (2008) não existe um único modelo de televisão pública, esse modelo modifica de país para país, reflexo da organização política de cada nação. A definição do que é TV pública no Brasil é algo que está em processo de consolidação tanto entre as emissoras, quanto na literatura acadêmica. No Brasil, a discussão sobre a definição do que seria o modelo público de televisão ficou durante muito tempo sem visibilidade, aberta a diversas interpretações e sem uma regulamentação de fato. Essa discussão foi retomada em 2005 com a definição do modelo de implantação da televisão digital e em 2007 com a criação da TV Brasil, principal veículo da Empresa Brasil de Comunicação. A definição mais recorrente é aquela que identifica esta modalidade como a que mantém uma autonomia mínima de mercados e governo (VALENTE, 2009, pg.9). No Brasil, devido ao crescimento de um complexo campo de emissoras não-comerciais, que se denominam públicas, mas que na realidade não apresentam todas as características essenciais a uma configuração pública de emissora e pela falta de clareza nessa definição, é comum a adoção da expressão “Campo Público” para designar as emissoras não-comerciais em operação. No entanto, ao invés de uma identidade em torno do conceito de TV pública, o traço unificador das televisões vinculadas ao campo público é a ausência de finalidade comercial. O campo público de emissoras no Brasil se configura um campo complexo e instigante, como mencionado, apesar de alguns canais terem em comum algumas características que a definiriam como pública, são canais bem distintos entre si, com processos próprios de

⁵ Sistema Público de Comunicação no Brasil: as conquistas e os desafios" é o segundo volume da série "Debates Fundamentais" realizada pelo Observatório do Direito à Comunicação, organizado pelo Intervezes – Coletivo Brasil de Comunicação Social. Uma organização civil, de direito privado, sem fins lucrativos e econômicos que trabalha pela efetivação do direito humano a comunicação no Brasil Formado por ativistas e profissionais com formação e atuação na área de comunicação social.

construção e consolidação, apresentando origens, práticas e objetos distintos, além de terem condições políticas administrativas e técnicas próprias, sofrem diferentes regulamentações. (MURTINHO, 2009, pg.2) São elas as emissoras legislativas, comunitárias, universitárias, educativas, estatais e judiciária. Para Eugênio Bucci (2010) em síntese, o conceito de emissora pública constitui-se a partir de três pré-requisitos: Em primeiro lugar, a natureza jurídica da instituição, em segundo a forma de financiamento e em terceiro a gestão independente. O que ocorre com as emissoras do campo público no Brasil é que nenhuma delas consegue preencher os três pré-requisitos para a definição de uma emissora pública, segundo Eugênio Bucci.

Em primeiro lugar, a natureza jurídica da instituição, que absolutamente não pode ser propriedade particular. Admite-se, em virtude das características do ordenamento jurídico brasileiro, que figuras jurídicas como fundações, Oscips e Ongs supram a função da natureza jurídica de emissoras públicas. Mas a instituição não pode ser comercial, não deve ter o lucro por finalidade, nem estar sujeita à interferência governamental. Ela pode até ser estatal - como, por exemplo, as universidades -, desde que sua gestão esteja inteiramente protegida de ingerências do poder Executivo. Em segundo lugar, há o pré-requisito do financiamento. Este deve ter, também, caráter público. Pode vir de fundos públicos ou privados, desde que expressamente desvinculados de interesses - mediatos ou imediatos - governamentais ou comerciais (...) O que mais conta, aqui, é que a origem do dinheiro não se reflita, nem mesmo indiretamente, na orientação editorial da emissora (...) Para ser pública, o pré-requisito do financiamento de caráter público precisa ser atendido, desvinculado de pressões oriundas do Estado ou do mercado. Em terceiro lugar, o que define o caráter verdadeiramente público de uma emissora de radiodifusão é a gestão independente. Ou seja, a gestão administrativa, financeira e editorial deve se dar segundo critérios e parâmetros autônomos, não devendo prestar contas à vontade política das autoridades ou ao apetite por audiência tão próprio do mercado. (BUCCI, 2010)

São essas algumas condições para que a entidade esteja preparada para pensar, conceber, planejar, produzir e pôr no ar uma programação de caráter verdadeiramente público.

Retornando ao contexto histórico, a presença do estado na implantação da televisão brasileira foi mais presente apenas no início, por questões de ordem técnica e financeira. Era preciso administrar o uso das frequências hertzianas, consideradas um bem raro, para que não houvesse o caos e interferência de sinais. Vale ressaltar que o debate sobre televisão pública ganhou força justamente em um período de migração do sistema analógico para o digital, onde o papel do estado volta a ser necessário e não poderia ser terceirizado.

O serviço público prestado pelo Estado é o da abrangência e do interesse coletivo. Cabe ao Estado garantir que todos os cidadãos tenham acesso ao sinal. As emissoras que recebem a concessão ou licença de uso de canais deve cumprir como contrapartida com obrigações

estipuladas na Constituição Federal, no caso, no artigo 220 e seguintes. Segundo, Teresa Otondo (2008) noção de serviço público está embutida nessas obrigações, portanto, a expectativa é de que os canais de televisão, tanto público e privados, cumpram com essas obrigações. Os caminhos para uma comunicação democrática já foram apontados, no entanto, o que se observa é uma falta de regulamentação da legislação. A falta de regulamentação criou um amplo espaço de manutenção de monopólios empresariais e falta de pluralidade e diversidade de perspectivas culturais. Após 25 anos da elaboração da Constituição de 1988, os artigos que tratam da comunicação social ainda não foram regulamentados pelo Congresso Nacional em sua totalidade, isso se deve em grande parte para favorecer os interesses de empresários da publicidade e da comunicação. Como exemplo podemos citar a tentativa de regulamentação do inciso III do artigo 221, que trata da regionalização da programação artística, cultural e jornalística das emissoras de rádio e televisão. O projeto de Lei 256/1991⁶, de autoria da deputada federal Jandira Feghali (PcdoB-RJ), propôs a criação de cotas para programas culturais na grade das emissoras abertas.

As "emissoras de rádio e televisão ficam obrigadas a exibir em sua programação diária, de 7:00 às 23:00 horas, um mínimo de 30% (trinta por cento) de programas culturais, artísticos e jornalísticos totalmente produzidos e emitidos no local de sua sede, sendo um mínimo de 15% (quinze por cento) de programas culturais e artísticos e um mínimo de 15% (quinze por cento) de programas Jornalísticos.⁷

O projeto da Jandira Feghali (PcdoB-RJ) foi apresentado em 02 de Abril de 1991, sendo aprovado na Câmara dos deputados após 12 anos, mas ainda se encontra no Senado há outros 11 anos, impossibilitado por falta de apoio dos radiodifusores.⁸

A definição do modelo público brasileiro de televisão está em processo, a definição como já foi dita, muda de um país para outro, justamente pela televisão ser reflexo de cada sociedade. No entanto, a partir de conceitos elaborados por outras emissoras e organizações é possível desenhar um horizonte a seguir. Laurindo Leal (2000) caracteriza como pública a emissora que

⁶ BRASIL. Projeto de Lei nº 256, de 02 de Abril de 1991. Regulamenta o disposto no inciso III, do artigo 221, da Constituição Federal, referente à regionalização da programação cultural, artística e jornalística e à produção independente nas emissoras de rádio e TV e dá outras providências. Disponível em: <http://www.senado.gov.br/atividade/Materia/detalhes.asp?p_cod_mate=60879> . Acesso em: 26 de Setembro de 2014

⁷ Disponível em: <http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=15222> Acesso em 27 de Junho de 2014

⁸ Disponível em: <http://www.fitert.org.br/site/Noticias/2329/emissoras-comerciais-de-tv-nao-querem-projeto-que-regionaliza-programacao?p=15> Acesso em 27 de Junho de 2014

tem autonomia financeira, tanto da propaganda quanto do estado, e política, sem interferências do estado e de iniciativa privada. Para exemplificar cita a BBC, TV pública do Reino Unido, que tem a sua fonte de recursos, o pagamento das taxas anuais feitas pelos usuários de radiodifusão e um Conselho de Governantes como principal barreira institucional às investidas do estado e da iniciativa privada sobre a programação da emissora.

Em 2001 as Organizações das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura (Unesco) publicou um relatório sobre radiodifusão pública, enfatizando a importância de um emissora de comunicação pública para equilibrar sistemas totalmente comerciais ou estatais. Nesse relatório a Unesco explica as características distintivas da radiodifusão pública para os demais modelos e apresenta, entre outras coisas elementos básicos para um serviço público de comunicação.

Radiodifusão pública repousa sobre certos princípios básicos, definidos em uma época onde a mídia era de interesse geral, muito antes da multiplicação dos canais e da era da especialização. Ainda assim, esses princípios permanecem atuais e as autoridades da radiodifusão pública devem dar-lhe um significado, reinterpretá-las de alguma forma, nesse novo contexto que é caracterizado pela fragmentação da mídia. Universalidade, diversidade e independência permanecem nos dias de hoje, da mesma forma como era no passado são objetivos essenciais para a radiodifusão pública. A esses princípios é preciso ser adicionado um quarto particularmente importante quando uma emissora pública existe lado a lado com as emissoras comerciais: diferenciação.⁹

O relatório indica que a construção do modelo de serviço público foi, entre outros motivos, baseados na desconfiança: “a desconfiança da capacidade dos mecanismos do mercado para determinados objetivos, e desconfiança da capacidade do estado para alcançar os mesmos objetivos”. Os objetivos seriam informar, educar e entreter. Esta visão do papel e da importância da radiodifusão pública exige uma organização pública dedicada ao serviço dos cidadãos, da cultura e democracia. Para alcançar os objetivos são apontados quatro princípios norteadores

Universalidade - A radiodifusão pública deve ser acessível a todos os cidadãos em todo o país. Esta é uma meta profundamente igualitária e democrática, na medida em que coloca todos os cidadãos em pé de igualdade, independentemente do seu status social ou econômico. Isso força a emissora pública a estar voltada para toda a população, buscando ser utilizada pelo maior número possível de pessoas. Isso não significa que a radiodifusão pública deve tentar otimizar seus índices de audiência em todos os momentos, como

⁹ Disponível em: <http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001240/124058eo.pdf> Acesso em 28 de Junho de 2014

fazem as mídias comerciais. Devem, na verdade, esforçar-se para fazer a totalidade da sua programação acessível a toda a população [...]

Diversidade - o serviço oferecido pela radiodifusão pública deve ser diversificado, pelo menos em três modos: no que se refere aos gêneros de programas oferecidos; no que diz respeito ao público visado e no tocante aos assuntos discutidos. A radiodifusão Pública deve refletir a diversidade de interesses públicos, oferecendo diferentes tipos de programas, mediante transmissão de informação clara. Alguns programas podem ser destinados a apenas uma parte do público, cujas expectativas são variadas. No final, a radiodifusão Pública deverá chegar a todos, não através de cada programa, mas através de todos os programas e sua diversidade. [...] **Independência** - A radiodifusão Pública é um fórum onde as ideias devem ser expressas livremente, onde a informação, opiniões e críticas circulam. Isso só é possível se a independência – portanto a liberdade – da radiodifusão Pública for assegurada contra pressões comerciais ou influência política. [...]

Diferenciação - Exige que o serviço oferecido pela radiodifusão Pública deve se distinguir de outros serviços de radiodifusão. Na programação de serviço público – na qualidade e caráter especial de seus programas – o público deve ser capaz de identificar o que distingue este serviço de outros serviços. [...] ¹⁰

A partir desses princípios fluem as diretrizes que tentam dar conta das diversas funções e facetas da radiodifusão pública, além de nortear as missões, valores, o modo particular de financiamento, a programação distinta e uma relação específica com o público. Através do relatório da Unesco é possível desenhar um escopo do que seria o ideal de radiodifusão público. Levando em consideração que cada país tem as suas peculiaridades e portanto seria necessário adaptar esses princípios para a realidade de cada nação.

O relatório da Unesco é ratificado pelo Laurindo Leal (2000) onde destaca que entre a emissora estatal e a privada existe a pública, essa por sua vez responde as iniciativas que atendem ao conjunto da cidadania. A TV pública é importante como fator de equilíbrio democrático das comunicações sociais, vem com objetivo de reequilibrar o cenário audiovisual, oferecendo ao público conteúdos informativos, educativos, artísticos, jornalísticos, entre outros, sem interferências externas.

Nem comercial nem controlada pelo Estado, única razão da existência da radiodifusão pública é o serviço público. É o organismo de radiodifusão do público e deve portanto falar a todos como cidadãos. As emissoras públicas devem incentivar o acesso e a participação na vida pública. Eles desenvolvem conhecimento, ampliam horizontes e permitem a compreensão melhor de si mesmos através de uma melhor compreensão do mundo e dos outros.¹¹

¹⁰ Disponível em: <http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001240/124058eo.pdf> Acesso em 28 de Junho de 2014

¹¹ Disponível em: <http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001240/124058eo.pdf> Acesso em 28 de Junho de 2014

Teresa Otondo (2008) destaca que a relação com o governo que delega o serviço e ao mesmo tempo deve dar-lhe necessária liberdade e os recursos adequados para cumprir sua missão e funções é um dos pontos cruciais do cotidiano da TV pública. Dessa forma, ressalta a importância de conselhos e agências reguladoras, uma vez que as pressões e contrapressões políticas internas podem influenciar na viabilidade e validade da TV pública.

Olhando para a legislação brasileira podemos concluir que as diretrizes do que seria uma televisão pública já foram elaboradas, essas diretrizes contemplam o cidadão e uma comunicação democrática, mas o que falta de fato é a regulamentação das normas, que por sua vez, encontram diversas barreiras, seja na real dificuldade de colocar em prática, seja na falta de interesse de um mercado que se consolidou majoritariamente da iniciativa privada.

1.3. CONSTRUÇÃO DO CAMPO PÚBLICO DE TELEVISÃO NO BRASIL

O panorama histórico da radiodifusão pública brasileira é caracterizada por quatro marcos regulatórios que hoje estruturam a comunicação pública. O primeiro foi a sua caracterização, desde as primeiras regulamentações da radiodifusão, através do decreto 20.047 e 21.111, que definiu como serviço a ser explorado pelo Estado ou por terceiros mediante a concessão. O segundo marco foi a criação, por meio do Decreto 236, de 1967 do serviço da televisão educativa. O terceiro marco da constituição da televisão pública foi a previsão da complementariedade dos sistemas públicos, diferenciando tanto do privado quanto do estatal. E o quarto marco regulatório da TV pública é a Lei do Cabo (8.977/1995). Ela previu quatro canais públicos: um para Câmara dos Deputados, um para o Senado Federal, um para os legislativos estaduais/ municipais e um educativo-cultural para os ministérios e secretarias de educação e cultura dos governos federal, estaduais e municipais. (VALENTE, 2009, p. 92) Esses foram alguns dos momentos em que a radiodifusão pública voltou a ser discutida e que proporcionou algum avanço na defesa do campo público de televisão.

A primeira tentativa de se implantar uma radiodifusão pública no Brasil nasce na década de 1920, seguindo um modelo semelhante ao da Europa, vislumbrado pelo Edgar Roquette Pinto, a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, tornou-se posteriormente a Rádio MEC (vinculada ao então Ministério da Educação e Cultura). “A emissora de Roquette Pinto tinha finalidades estritamente

culturais e educativas, seguindo os moldes das emissoras européias” (CALABRE, 2003). A Rádio Sociedade do Rio de Janeiro deveria ser mantida pelos próprios ouvintes, sem propaganda, como é até hoje com as emissoras de rádio e televisão da BBC de Londres, onde os telespectadores e ouvinte são a fonte básica de financiamento. (LEAL, 2000, p. 155). Esse modelo não conseguiu se impor aos interesses da iniciativa privada. A legislação brasileira permitiu a introdução da propaganda no rádio em 1932, em princípio era permitido apenas 10% da programação, posteriormente durante o Governo Vargas observou uma inversão de interesses, a própria Rádio Nacional criada em 1936 pelas Organizações Victor Costa e incorporada pelo Governo de Getúlio, funcionava praticamente nos moldes de uma empresa privada.

Trata-se de uma articulação perfeita entre o privado e o estatal, com reflexos diretos nos programas levados ao ar. A ideia de uma programação de nível elevado sucumbe diante dos interesses comerciais, não apenas nas suas relações essencialmente econômicas, mas, como se vê no Exemplo da Rádio Nacional, também no âmbito político. Ao Estado não interessa uma programação diferenciada, nem mesmo na emissora por ele controlada (LEAL, 2000, pg. 157)

A experiência de mídia pública no país só foi surgir efetivamente na década de 1960, com a criação do serviço de televisão educativa. Em 15 de Junho de 1969 ocorre a implantação do Rádio e TV Cultura de São Paulo, emissoras da fundação Padre Anchieta, 19 anos após a criação da televisão no Brasil. A TV Cultura, junto com a TV Universitária de Pernambuco (1967) e a TVE do Rio de Janeiro (1973) foram as primeiras emissoras a surgir com um objetivo diferente da televisão comercial.

[...] a demanda por educação no país fez com que o regime militar dos anos 60 fomentasse a criação das TVs educativas, através do Decreto-Lei 236/1967 e da criação da Fundação Centro Brasileiro de TV Educativa (FCBTVE). No Brasil não houve integração entre as emissoras educativas. Primeiro porque as emissoras que operavam e transmitiam de modo isolado e com baixíssimos investimentos em equipamentos e produção Segundo, prevaleceu um modelo de forte influência dos governos estaduais, com estes determinando diretamente na gestão e gerência dessas emissoras. O resultado foi um subdesenvolvimento da radiodifusão pública-estatal, que foi ao mesmo tempo engessada e fragmentada, apresentando sérios problemas estruturais e financeiros e pouca independência para cumprir sua missão.¹²

A televisão educativa foi implantada, no Brasil, sem obedecer a um planejamento que decorresse de uma política setorial de Governo. Algumas emissoras tiveram como raiz de sua

¹² Trecho retirado do documento - Sistema Público de Comunicação no Brasil: as conquistas e os desafios", segundo volume da série "Debates Fundamentais" realizada pelo Observatório do Direito à Comunicação. Pesquisa e texto: Sivaldo Pereira Revisão: Cristina Charão Projeto gráfico e diagramação: Henrique Costa Dezembro/2009 – Acesso em 15 de Abril

criação razões de ordem política, outras deveram sua existência à tenacidade individual de idealistas, e poucas foram as que surgiram com objetivos explicitamente definidos. (FRADKIN, 2006)¹³ O código Brasileiro de Telecomunicação de 1967 engessou o sistema de financiamento das TVEs, proibindo-as de receber doações que não fossem do estado. Para Bolaño (2007), o CBT e seus decretos durante os diferentes governos, ora impediam a entrada de capital estrangeiro, ora fechavam os olhos para o investimento deste mesmo capital. As Organizações Globo, por exemplo, em seus primórdios, quando mantinha a “parceria” com a empresa norte-americana *Time Life*, contou com uma injeção de financiamento de mais de 5 bilhões de dólares. A legislação, segundo o autor, limitava o número de dez concessões por empresa, mas permitia a ampliação das mesmas, através da criação de emissoras afiliadas em diversas regiões do país. Esse modelo autorizava a publicidade como forma de financiamento das empresas privadas, mas proibia a mesma prática nas emissoras educativas.

O artigo 13 do decreto-lei 263/67, chega ao ponto de definir que as televisões educativa se destinará à divulgação de programas educacionais mediante a transmissão de aulas, conferências, palestras e debates, restringindo brutalmente as suas possibilidades de ação, tanto em seus aspectos formais quanto de conteúdo. (BOLAÑO, 2007, p. 16)

As emissoras educativas que foram implantadas na década de 1960 no Brasil além de não possuir a autonomia financeira e política necessária, tem no primeiro momento o seu conteúdo restrito a educação e com utilização dos recursos da união. A restrição imposta à finalidade meramente educacional na prática acabou não existindo. Segundo Bolaño, as TVs educativas foram criadas, com a intenção de manter o sistema privado, mas sem abrir mão do controle de uma rede pública estatal, por isso elas foram criadas sem capacidade de competir com as redes privadas. Segundo Rodrigo Murtinho (2009) por não ter autonomia, as concessões de TV tornaram-se *moedas de barganha* entre governo e políticos, prática conhecida como *coronelismo eletrônico* e fartamente utilizada no país. O Brasil, tinha assim, um grande número de TVs estatais com forte interferência política. E o governo federal e grande parte dos estados brasileiros, por sua vez, não demonstrava interesse em transformar suas emissoras estatais de fato em emissoras públicas.

¹³ FRADKIN, Alexandre. História da televisão pública/Educativa. Disponível em: <<http://www.fndc.org.br/arquivos/HistoriaTVEducativa.doc>>. Acesso em: 15 de Abril - Artigo do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação – 2006

No Brasil o sistema público de comunicação tem outro avanço com a Constituição de 1988 no artigo 223, onde é feita uma referência a construção de um sistema público como complementar ao modelo privado e estatal.

[...] Art. 223. 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.¹⁴

De acordo com o relatório do Observatório do Direito a Comunicação (2009), realizado pelo coletivo Intervezes, apesar do não fomento ao modelo público de rádio no Brasil e mesmo diante de um quadro regulatório que sempre foi omissivo em relação a este tema, a constituição de 1988 em seu artigo de 223 acabou renquadando o lugar da mídia pública dentro daquilo que chamou de “sistemas complementares”. Na prática, isso significava dizer que o conjunto da radiodifusão deveria ser regulamentada buscando um equilíbrio entre essas três formas de organização de serviços midiáticos. Ainda segundo o relatório do Observatório do Direito a Comunicação, através da fala do teórico da comunicação, Othon Fernando Jambeiro Barbosa, o artigo 223 se deu justamente devido ao contexto de correlação de forças, articulações e negociações políticas da constituinte, sendo apenas uma solução de compromisso, onde a complementariedade não é algo conceituado, levantando o questionamento, quem complementa quem? E principalmente como se dará esse complemento?

Embora a ideia de complementariedade não seja aceita por todos os pesquisadores e entidades que se dedicam ao tema, um fator é sempre colocado em questão, a aplicabilidade desse sistema, a necessidade de uma nova regulamentação para o setor. O professor José Edgar Rebouças, no relatório do Observatório de Direito a Comunicação (2009) ressalta “Não adianta propormos a regulamentação mais moderna em termos de conteúdos, geração e até recepção. O artigo 221 da Constituição é quase perfeito. O que é preciso é a criação de mecanismos para que estas normas sejam cumpridas.” (INTERVOZES, 2009, pg. 13)

Mesmo diante da redemocratização do país, que passou a ser guiado por uma nova constituição e por eleições diretas ao final dos anos 1980, a mídia pública continuou sendo um tema negligenciado pelo estado e pelas políticas públicas que se seguiram. O fortalecimento do segmento comercial, o sucateamento das TVs educativas nos estados e a falta de legislação que

¹⁴ BRASIL. Constituição, 1988.

apontasse para o desenvolvimento da radiodifusão pública marcaram as duas décadas que se seguiram. Apesar do cenário ruim, as emissoras educativas continuaram funcionando tendo a TVE do Rio de Janeiro como “cabeça de rede”, onde recebia e retransmitia o conteúdo das TVs educativas dos outros estados brasileiros e oferecia uma programação nacional, retransmitida para toda rede, mas ao contrário do sistema comercial privado, cada emissora estatal sempre teve a liberdade de transmitir toda ou parte da programação nacional, preenchendo o resto da sua grade com produção própria ou de qualquer outra origem. (BOLAÑO, 2007).

Isso fez com que, no início do ano 2000, acabasse por se formar no país uma segunda opção de programação nacional, oferecida pela TV Cultura de São Paulo, a maior produtora do sistema, de modo que o país chegou a contar efetivamente com duas redes nacionais públicas, oferecendo programação educativa e cultural, internacionalmente reconhecida como de excelente qualidade, formando um padrão de produção próprio e distinto do modelo comercial. Na cidade de São Paulo, por exemplo, as duas programações podiam ser acessadas, pois, além da TV Cultura, era possível receber o sinal da TVE do Rio de Janeiro, transmitida, através da faixa de UHF (ultra high frequency, frequência ultra alta), a partir de São Bernardo do Campo.¹⁵

Na visão de Bolaño (2007), a década de 1990 foi marcada por transformações no setor das comunicações. A regulamentação da Lei da TV Cabo¹⁶, em um primeiro momento, representou uma vitória das entidades que lutavam pela democratização da comunicação, uma luta que surgiu no Fórum Nacional pela Democratização, a lei deu novos rumos à discussão da regulamentação da radiodifusão. Pontos importantes como a proibição do monopólio e do oligopólio nos meios de comunicação, a preservação das finalidades educativas, culturais e de informação, voltam a ser pauta de discussão. O autor lembra que atrás da exploração do mercado de tvs por assinatura estavam as empresas de capital estrangeiro e grandes empresas privadas como as Organizações Globo e o grupo Abril. Por isso, o novo cenário que se mostrava de mudanças, encobria os mesmos oligopólios dominantes dos meios de comunicação.

O avanço obtido em termos do que se define como radiodifusão pública no país veio com a lei que regulou a cabo difusão, que criou os “canais de uso público” e estabeleceu a obrigatoriedade das operadoras de TV a cabo de veicularem tais canais: comunitário; Senado; Câmara Federal; canal Legislativo municipal/estadual; canal da justiça; universitário e canal educativo-cultural. (BARBOSA, 2008, p. 50)

¹⁵ BOLAÑO, CÉSAR. TV Pública, políticas de comunicação e democratização: movimentos conjunturais e mudança estrutural – Disponível em: Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación www.eptic.com.br, vol. X, n. 3, Sep. – Dic. / 2008 Acesso em:

¹⁶ Brasil. Lei n 8.977 de 6 de janeiro de 1995.

O autor Bolaño (2008) ressalta que a competitividade no interior do sistema brasileiro de televisão é extremamente reduzida, seja pela limitação de recursos (financeiros e humanos), decorrente da falta de uma política de ensino nacional para o audiovisual, seja porque a legislação reduz o raio de acesso desses canais, limitados a exibição pela TV por assinatura. Ressalta ainda, que todo esse conjunto de emissoras é uma anomalia no interior da indústria da televisão fechada, o conteúdo e a forma como é produzido, tem características para a televisão aberta, mas se encontram no pacote básico obrigatório da TV a cabo. Bolaño (2008) desenvolve melhor esse tópico:

O que há, portanto, é um panorama extremamente complexo, em que se articulam interesses públicos e privados, diferentes formas de financiamento e modelos de produção. Trata-se, em essência, de uma forte herança do modelo implantado à época do regime militar, acrescido da referida anomalia de emissoras de vocação aberta e de serviço público, inclusive aquelas que deveriam ser classificadas como de publicidade obrigatória dos atos do poder público, os chamados canais institucionais, como as TVs Senado, Câmara e Justiça, postas decididamente fora do lugar. Tudo de acordo com uma única regra: a reserva do mercado de televisão aberta e do bolo publicitário para o oligopólio privado da TV comercial, cuja função, no regime militar, foi de propaganda. (BOLAÑO, 2008, pg.9).

Em 1999, outro avanço na construção da democratização da comunicação e fortalecimento da rede pública de televisão, foi criada a Rede Pública de televisão – RPTV, pelas emissoras integrantes da ABEPEC, com o objetivo de estabelecer uma programação comum entre elas. A ABEPEC - Associação Brasileira das Emissoras Públicas, Educativas e Culturais foi criada em 1998. A Entidade tem personalidade jurídica de direito privado, sem fins lucrativos e congrega hoje 21 emissoras geradoras de caráter educativo e cultural, não comercial. A Rede nasceu com a proposta de organizar, fortalecer e fazer um balanço do seu setor. Em 2006 foi decidido o modelo de difusão digital que no futuro substituiria as transmissões analógicas de televisão, que tem data prevista para desligamento em 2016. A adoção do sistema japonês gerou polêmica e intensificou a articulação da sociedade civil e de entidades que lutam por um sistema de comunicação mais democrático. As emissoras estavam preocupadas com adoção de um modelo que privilegiaria os interesses dos sistemas privados de radiodifusão, deixando de lado, novamente a discussão e estruturação do sistema público de comunicação.

ABEPEC que já se organizava para fazer um balanço do setor convidou as televisões comunitárias e universitárias para aderir ao movimento e estruturar uma ação coordenada, junto ao governo, em defesa de seu lugar na passagem para o digital. A elas somaram-se

as televisões legislativas que também pleiteavam um lugar na televisão aberta e não só no a cabo, como acontece. Em pouco tempo surgiu o que veio a se chamar de “*campo público de televisão*”(OTONDO, 2008, p.125)

Foi a partir dessa movimentação que iniciou a convocação da ata do I Fórum Nacional de Tvs Públicas, o projeto foi logo cooptado pela Secretaria de Comunicação Social, Secretaria do Audiovisual e do Ministério da Cultura e com apoio da Presidência da República. RPTV contribui para a realização do I Fórum Nacional de TVs Públicas, de iniciativa da secretaria do Audiovisual e do Ministério da Cultura com apoio da Presidência da República. Como resultado do fórum, foi gerada a Carta de Brasília, um manifesto pela TV Pública independente e democrática. A partir dessa iniciativa surge a TV Brasil, a primeira emissora pública de televisão de abrangência nacional, espaço vital para a democracia e cidadania, com objetivo de estar independente de interferências e interesses políticos, de mercado e de governo.

A TV Brasil foi criada em 02 de Dezembro de 2007, desde então é gerida pela empresa pública, EBC (Empresa Brasil de Comunicação), responsável além da TV Brasil, pela TV Brasil Internacional, Rádios EBC, Agência Brasil, Radioagência Nacional e portal EBC. A sua criação foi resultado de uma demanda da sociedade civil e intelectuais da comunicação interessados em uma rede pública de comunicação de qualidade e com abrangência nacional. A TV Brasil é fruto do I Fórum Nacional de TVs Públicas¹⁷ organizado em maio de 2007, coordenado pelo Ministério da Cultura e pela Secretaria do Audiovisual, onde representantes das televisões educativas e culturais (ABEPEC), universitárias (ABTU), comunitárias (AABCCOM) e legislativas (ASTRAL) se organizaram e fizeram um diagnóstico do campo público de televisão, publicando no final a “Carta Brasília: manifesto pela TV Pública independente e democrática”, que se tornou documento referência na discussão de televisão pública, sete meses depois o Governo Federal implantou a TV Brasil. Esta discussão, pela primeira vez na história do Brasil, se deu de maneira aberta, ampla, profunda, com boa participação das organizações da sociedade civil interessadas na questão da comunicação no país, fato inédito e importante. (OTONDO, 2008, p.21). Sob o peso ideológico da sua criação e sendo uma exceção a realidade vivenciada pela maioria dos canais “públicos”, qual é o modelo de televisão pública que vem sendo construído pela empresa EBC e conseqüentemente pela TV Brasil? E o mais importante ele

¹⁷ Disponível em: http://www2.cultura.gov.br/upload/livro_TV%20s_24-11_1164825028.pdf Acesso em 09 de março

atende aos anseios da sociedade civil que demandou a sua criação? Após 6 anos, é possível analisar alguma mudança no sistema público de comunicação brasileiro? No próximo capítulo pretendo analisar a programação e a estrutura da TV Brasil.

2. UMA REDE PÚBLICA CHAMADA TV BRASIL

O primeiro capítulo foi dedicado ao contexto histórico em que a TV Brasil foi inserida. Neste segundo capítulo pretendo analisar a estrutura que foi elaborada para o desenvolvimento da nova rede pública de comunicação. O capítulo é dividido entre os campos estruturantes da rede que possuem mais gargalos e divergências na formatação da TV Brasil como empresa pública. Em cada campo descrevo quais eram os objetivos a serem alcançadas durante as discussões para a formatação da TV Brasil, qual foi o caminho escolhido e a justificativa dada na época para escolha desse caminho e análise como esse fator tem influenciado na emissora nos dias de hoje.

A ideia desse capítulo é pensar nos aspectos da TV Brasil como empresa pública. O primeiro campo a ser analisado é a legislação de criação da emissora e a definição da missão e valores da TV Brasil. Em seguida, a definição do estatuto jurídico, o modelo de gestão e as formas de financiamento da emissora. Realizando esse estudo estarei analisando a construção do perfil Jurídico-Institucional da TV Brasil.

Segundo Teresa Ottoni (2008) o perfil jurídico-institucional das emissoras de televisão são peças-chave, do ponto de vista funcional, pois possibilitam examinar o modo de funcionamento da organização. Nele se inscreve a natureza da organização, suas relações com o governo, sua forma de gestão e financiamento, administração, a prestação de contas, além da delicada questão de como selecionar os dirigentes da empresa.

2.1 A CRIAÇÃO DA TV BRASIL

Como apresentado no primeiro capítulo, a construção de uma emissora pública de comunicação vem sendo debatida desde os primórdios da radiodifusão brasileira. Com o passar do tempo e com o aparecimento de emissoras com o perfil e propostas diferentes do comercial, a definição de TV pública ficou cada vez mais complexo. As emissoras que fazem parte do “Campo Público” no Brasil possuem diferentes formas de organização, objetivos e missão. Ao

invés de uma identidade em torno desse conceito, o traço unificador é das televisões é ausência de finalidade comercial.

Foi no momento da disputa pela escolha do novo padrão tecnológico e pela definição do sistema digital a ser implantado no Brasil que houve um maior movimento em busca do fortalecimento do campo não-comercial. A partir de uma iniciativa do Ministério da Cultura, por meio da Secretaria do Audiovisual, com apoio da Presidência da República, houve a articulação com as demais modalidades de televisão sem fins lucrativos existentes no país que resultou na criação do espaço de debate sobre o tema: O Fórum Nacional de TVs Públicas. O objetivo do Fórum era fortalecer o setor e apontar soluções para os obstáculos, seja nos campos da infraestrutura, programação, financiamento e modelos jurídicos-institucionais. Gilberto Gil, o então ministro da Cultural, no início da iniciativa, afirmou:

Todos que quiserem poderão participar do fórum. É necessário que todo mundo queira participar da discussão sobre televisão no Brasil. Temos que evitar que a TV Digital seja apenas uma repetição do modelo analógico, tal como ele foi até agora.¹⁸

Os debates e discussões sobre o tema duraram nove meses e tiveram duas características marcantes: a defesa de um contraponto à hegemonia das redes de televisão comerciais e a busca pela integração das fragmentadas experiências de televisão sem lucro.

Articuladores do Fórum Nacional de TVs públicas organizaram um manifesto para convidar emissoras de TV, entidades do setor, intelectuais e a sociedade civil para discutir o futuro da comunicação do setor, seus objetivos, seu conteúdo e sustentabilidade. O manifesto, que foi assinado pelos principais articuladores do Fórum Nacional de TVs públicas (Ministro da Cultura, Gilberto Gil; Secretário do Audiovisual do Ministério de Cultura, Orlando Senna; Presidente da Radiobrás, Eugênio Bucci e Presidente da TVE Rede Brasil, Beth Carmona).

Uma televisão pública forte e criativa só pode existir num ambiente de liberdade, de vias abertas para a diversidade de opiniões e idéias e horizontes mais largos para o pensamento. Não podemos nos contentar em ter apenas a televisão comercial em nosso universo e, portanto, devemos discutir temas como sustentabilidade da TV Pública, incentivo a produção de conteúdos e o fluxo desta produção e a sua integração aos processos tecnológicos digitais, bem como, a promoção de valores, o debate da ética e a formação da sociedade.¹⁹

O manifesto reconhecia que:

¹⁸ Disponível em: <http://memoria.ebc.com.br/agenciabrasil/noticia/2006-09-14/gilberto-gil-anuncia-forum-nacional-para-discutir-tv-publica> - Acessado em: 01 de novembro de 2014

¹⁹ Disponível em: <http://www.vermelho.org.br/tvvermelho/noticia/10077-1> Acessado em: 01 de novembro de 2014

A nossa televisão pública existe, mas dispersa e fragmentada ao nível da exaustão, num grau em que as partes não se reconhecem integrantes de um todo comum. Emissoras universitárias, comunitárias, legislativas, às ligadas a governos estaduais e aquelas vinculadas a órgãos federais não tiveram a chance de se identificar em laços de irmandade. Elas compõem um sistema de comunicação pública – porque se somam em um esforço de comunicação não-comercial, que não foi tido audiência como obsessão e nem o anunciante como objetivo. Existem para prestar serviços ao público, levando a ele informação, cultura e educação – e não mero entretenimento. A TV pública não quer, não pode e não precisa mais viver dispersa, oculta de si mesma, apartada do público.²⁰

O Fórum teve início em setembro de 2006 promovendo discussões e debates até maio de 2007. O principal produto do Fórum foi a Carta de Brasília, documento que apresenta os desafios e soluções consensuadas ao longo dos debates (VALENTE, 2009, p.122). A Carta de Brasília é a definição mais elaborada do que deveria ser uma rede pública de comunicação no Brasil.

A carta defende um serviço de radiodifusão público editorialmente independente de mercados e governos, tendo como principal missão a formação crítica do cidadão, valorizando a produção independente e principalmente regionalizada, abrindo espaços para outros eixos de produção além do Rio-São Paulo. Em sua programação deve estar presente a diversidade de gênero, étnico-racial, de orientação sexual, regional, e social do Brasil. O caráter autônomo deveria ser garantido por uma gestão democrática a partir da criação de um conselho a ser composto majoritariamente por representantes da sociedade civil. O modelo de financiamento, de acordo com a carta, é formado por múltiplas fontes, sendo o governo um dos grandes provedores de renda, além da criação de fundos não contingenciáveis.

Durante a realização do Fórum ocorreram alguns ruídos e disputas de forças entre os Ministérios da Comunicação e o da Cultura e entre entidades da sociedade civil e empresários. Como no caso do então Ministro da Comunicação Hélio Costa. O titular do Ministério das Comunicações apresentou ao Presidente da República uma proposta de emissora pública, surpreendendo a todos que estudavam as melhores formas e medidas a serem tomadas para viabilizar o fortalecimento das emissoras do “Campo Público”, indo em um caminho diferente ao que vinha sendo debatido no Fórum.

Em janeiro de 2007, o ministro anunciou que o governo estudava criar uma nova rede pública de TV e de Rádio [...] O anúncio surpreendeu não apenas as associações do Campo Público e as entidades da sociedade civil que participavam do Fórum Nacional da TVs Públicas, mas o próprio Ministério da Cultural. (VALENTE, 2009 p.122)

²⁰ Disponível em: <http://www.vermelho.org.br/tvvermelho/noticia/10077-1> Acessado em: 01 de novembro de 2014

Após o ruído entre os ministérios e os seguidos incidentes diplomáticos²¹ por parte do ministro Hélio da Costa foi anunciado o real responsável por levar a cabo a empreitada da criação de uma nova TV pública, Franklin Martins, escolhido para comandar um novo órgão nomeado Secretaria de Comunicação Social do Governo (Secom) juntamente com o Ministério da Cultura. Segundo Teresa Otondo (2008) a TV Brasil foi desenhada no âmbito do Executivo e com data marcada para ir ao ar, mesmo antes do início do próprio Fórum.

A TV Brasil estava com data marcada para ir ao ar no dia 02 de dezembro de 2007. Era a data estipulada para o início das transmissões digitais no país, junto com as emissoras comerciais, todas elas já com seus respectivos canais devidamente alocados. Tanto um como outro já estavam decididos antes do Fórum, assim como a liquidação da Radiobrás e da TVE Rede Brasil, ambas públicas federais, para dar lugar à TV Brasil. (OTONDO, 2008. p. 127)

No dia 25 de maio, foi realizada a primeira reunião entre os ministros e o presidente Lula para apresentação dos primeiros estudos referentes ao projeto de criação da TV pública. No encontro foi apresentado a sugestão para que o nome da nova rede fosse TV Brasil. Nessa primeira reunião foram apresentadas as realidades dos diferentes mercados no que se refere a um sistema público de radiodifusão, os primeiros passos que estão sendo dados no Brasil e os modelos de financiamento e gestão que poderiam ser mais adequados ao País.²²

Então, o governo publicou no Diário Oficial da União decreto²³ que institui grupo de trabalho interministerial para elaborar estudos, promover debates e propor diretrizes implementação do sistema brasileiro de televisão pública. De acordo com o decreto, o grupo terá prazo de 60 dias para submeter ao presidente Luiz Inácio Lula da Silva o relatório contendo proposta de natureza jurídica, o modelo de gestão administrativa e diretrizes para o financiamento do sistema. O prazo poderia ser prorrogado por mais 60 dias. O Grupo de Trabalho foi composto

²¹ No dia 21 de março foi noticiado a declaração do Ministro Hélio Costa que dizia TV estatal é o que o [Hugo] Chávez [presidente da Venezuela] faz, TV estatal é o que se faz em Cuba. TV estatal é o que se fazia na Polônia, TV estatal se fazia na antiga União Soviética. E eu estive em todos esses lugares para saber perfeitamente qual é a diferença entre estatal e pública". Ainda segundo a notícia, Hélio Costa mostrava divergências com o Ministério da Cultura. "Eu não falei de conteúdo, de quem vai fazer a programação. Não disse se é para mostrar a cara do presidente, se é para o programa A ou B. Quem se intitula em querer falar de TV pública, e eu não sei quem lhe deu essa delegação, é o Ministério da Cultura. Fique com eles [essa competência], estou passando de papel passado. Por favor, quando quiser falar de TV pública agora, pergunte ao ministro Gilberto Gil. Não é mais comigo". Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/brasil/ult96u90505.shtml> Acessado em 05 de novembro de 14

²² Disponível em: <http://www.teletime.com.br/25/05/2007/modelos-de-gestao-e-financiamento-sao-apresentados-a-lula/tt/74142/news.aspx> Acessado em 05 de novembro de 14

²³ Disponível em: <http://presrepublica.jusbrasil.com.br/legislacao/94746/decreto-07> Acessado em: 06 de Novembro de 2014

por representantes da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, da Casa Civil, e dos ministérios da Cultura, Educação e das Comunicações, e da Radiobrás e convidados de entidades públicas ou privadas. O ministro da Secretaria de Comunicação Social, Franklin Martins, presidirá o grupo.²⁴ Ao grupo foram incorporados membros que posteriormente seriam integrados ao quadro dirigente da EBC, como Eduardo Castro, Florestan Fernandes Júnior, além do professor com notório saber no tema Laurindo Leal Filho. (VALENTE, 2009).

A autorização para criação da TV Brasil aconteceu através da Medida Provisória 398/07²⁵, mais tarde transformada na Lei Ordinária 11652/2008. Com a intenção de colocar colocar no ar a TV Brasil no dia 02 de dezembro, o pouco tempo para aprovação da Medida Provisória, que foi tramitada em regime de urgência no dia 10 de outubro de 2007, bem como as diversas reações contrárias a MP e as dificuldades na formatação e estruturação da emissora são aspectos que marcaram o processo de criação da TV Brasil.

A TV Brasil foi criada através da Medida Provisória 398 e o método de encaminhamento do marco legal da nova televisão pública já provocava tensões entre os partidos e parlamentares. Segundo Jonas Valente, um dos motivos para a emissora ter sido criada a partir da Medida Provisória e não por Projeto de Lei era o receio do ficar engavetado no congresso e a emissora de nunca sair do papel, por esse motivo, foi através da publicação da Medida Provisória 398 em 10 de outubro de 2007 que foi instituída “os princípios e objetivos dos serviços de radiodifusão pública explorados pelo Poder Executivo ou outorgados a entidades de sua administração indireta e autorizava o Poder Executivo constituir a Empresa Brasil de Comunicação. – EBC”.

De acordo com Jonas Valente (2009) diferentemente das sinalizações dadas até então, a Medida Provisória criava não apenas uma emissora de TV, mas uma nova empresa pública de comunicação, estruturada a partir da incorporação da RadioBrás e do patrimônio da Acerp. Nesse caso, a TV Brasil é uma emissora que pertence a Empresa Brasil de Comunicação, embora a formatação da empresa tenha sido consequência do projeto da TV, foi opção do governo federal por reestruturar seu aparato midiático até então comandado pela RadioBrás, agregando também a estrutura da Acerp, mas por meio de contrato por se tratar de uma Organização Social.

²⁴ Disponível em: <http://noticias.uol.com.br/ultnot/agencia/2007/05/30/ult4469u4581.jhtm> Acessado em 06 de novembro de 14

²⁵ Disponível em: <http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=371789> Acessado em: 06 de novembro de 14

A Medida Provisória recebeu em uma semana 132 emendas. A MP publicada em outubro de 2007 foi aprovada apenas em Abril de 2008, cumprindo e chegando ao limite do prazo de tramitação de uma MP. Para que ela fosse aprovada pela câmara e pelo senado no prazo estipulado pela lei de 120 dias, já contando com o prazo da prorrogação, foi necessário algumas mudanças no seu conteúdo, entre elas, a mudança da sede do Rio de Janeiro para Brasília, algumas mudanças na forma de financiamento, a criação de uma ouvidoria, especificações na forma de recolhimento da publicidade e inclusão de representantes da câmara e do senado federal no conselho curador. Era preciso lidar com o jogo de forças e interesses entre os partidos, empresários e entidades da sociedade civil, de forma que a MP conseguisse sair aprovada do congresso.

2.2 PRINCÍPIOS E OBJETIVOS

Os princípios e objetivos estipulados pela MP seguiram de acordo com o relatório das Organizações das Nações Unidas para Educação, Ciência e Cultura (Unesco) e da Carta de Brasília, documento gerado a partir do Fórum Nacional de TVs públicas.

Em uma comparação com os três relatórios, observa-se que no relatório da Unesco são indicados quatro princípios norteadores para a construção de uma radiodifusão pública. São eles: a universalidade, a diversidade, a independência e a diferenciação, anteriormente citados nesse trabalho. E de forma resumida, os objetivos maiores da radiodifusão pública é informar, educar, entreter. Uma organização pública dedicada aos serviços dos cidadãos, da cultura e da democracia. Durante a fórum foi debatido intensamente a televisão que se queria e pretendia construir. Dessa forma os princípios desenhados para radiodifusão pública durante o Fórum ficam debaixo do “guarda-chuva” proposto pela Unesco. No conteúdo da Carta de Brasília ficou afirmado que:

a TV Pública deve promover 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; A programação da TV Pública deve contemplar a produção regional; (Carta de Brasília, 2007)

Afirmam ainda que, “O Campo Público de Televisão recebe positivamente a criação e inserção de uma TV Pública organizada pelo Governo Federal, a partir da fusão de duas instituições integrantes do campo público e promotoras deste Fórum (ACERP e Radiobrás)”. (Carta de Brasília, 2007). Como uma recomendação indicam que a nova rede pública deve ampliar e fortalecer, de maneira horizontal, as redes já existentes e promover a regulamentação da Constituição Federal em seu capítulo sobre Comunicação Social, especificamente os artigos 220, 221 e 223, bem como 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 Medida Provisória 398/07 que instituiu os princípios e objetivos dos serviços de radiodifusão pública explorados pelo Poder Executivo ou outorgados a entidades de sua administração indireta e autorizou o Poder Executivo a constituir a Empresa Brasil de Comunicação – EBC. No Art.2 da MP foi apresentado os princípios que regem as diretrizes da empresa.

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

No Art.3 da MP 398/07 foi apresentado os objetivos.

- I - oferecer mecanismos para debate público acerca de temas de relevância nacional e internacional;
- II - desenvolver a consciência crítica do cidadão, mediante programação educativa, artística, cultural, informativa, científica e promotora de cidadania;
- III - fomentar a construção da cidadania, a consolidação da democracia e a participação na sociedade, garantindo o direito à informação do cidadão;

- IV - cooperar com os processos educacionais e de formação do cidadão;
- V - apoiar processos de inclusão social e socialização da produção de conhecimento por intermédio do oferecimento de espaços para exibição de conteúdos produzidos pelos diversos grupos sociais e regionais;
- VI - buscar excelência em conteúdos e linguagens e desenvolver formatos criativos e inovadores, constituindo-se em centro de inovação e formação de talentos;
- VII - direcionar sua produção e programação pelas finalidades educativas, artísticas, culturais, informativas, científicas e promotoras da cidadania, sem com isso retirar seu caráter competitivo na busca do interesse do maior número de ouvintes ou telespectadores;
- VIII - promover parcerias e fomentar produção audiovisual nacional, contribuindo para a expansão de sua produção e difusão.

Em 07 de abril, a Lei 11.652 foi publicada no Diário oficial da União e a EBC passou existir oficialmente. Onde foram acrescentados alguns itens aos princípios e objetivos.

Art. 2o A prestação dos serviços de radiodifusão pública por órgãos do Poder Executivo ou mediante outorga a entidades de sua administração indireta deverá observar os seguintes princípios:

- V - respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família;
- VI - não discriminação religiosa, político partidária, filosófica, étnica, de gênero ou de opção sexual;
- VII - observância de preceitos éticos no exercício das atividades de radiodifusão; [...]

Art. 3o Constituem objetivos dos serviços de radiodifusão pública explorados pelo Poder Executivo ou mediante outorga a entidades de sua administração indireta:

- VII - direcionar sua produção e programação pelas finalidades educativas, artísticas, culturais, informativas, científicas e promotoras da cidadania, sem com isso retirar seu caráter competitivo na busca do interesse do maior número de ouvintes ou telespectadores;
- VIII - promover parcerias e fomentar produção audiovisual nacional, contribuindo para a expansão de sua produção e difusão; e
- IX - estimular a produção e garantir a veiculação, inclusive na rede mundial de computadores, de conteúdos interativos, especialmente aqueles voltados para a universalização da prestação de serviços públicos.

Os princípios apresentados na MP 398/07 e posteriormente na Lei 11.652, de 07 de abril de 2008 vão de acordo com os princípios da Carta de Brasília, que por sua vez também vão de acordo com os princípios norteadores apresentados pela Unesco. Na teoria, a definição dos princípios e objetivos da nova rede pública de radiodifusão se apresentava coerente com as discussões e demandas da sociedade civil por uma comunicação mais democrática. No entanto, os pontos que mais levantaram discussões não foram sobre os princípios e objetivos e sim sobre a formatação da nova empresa pública, ou seja, a sua figura Jurídica, o modelo de gestão e o seu modelo de financiamento.

2.3 NATUREZA, GESTÃO E RECURSOS DA TV BRASIL

O ponto a ser analisado nessa parte do trabalho é de extrema relevância, uma vez que, a gestão e o controle de uma empresa de comunicação pública estão diretamente relacionado com o modo de funcionamento da mesma. “gestão deve ser encarada como uma das dimensões centrais, pois ela diz respeito à administração e a processos decisórios das emissoras, de seus recursos e das atividades que desempenham.” (INTERVOZES,2009,p.06). Ainda de acordo com o coletivo Intervozes em sua contribuição ao II Fórum Nacional de TVs públicas, falar de gestão é abranger todas as definições sobre a sua estrutura (manutenção ou criação de novas emissoras ou veículos), financiamento (fontes de receita, arrecadação e aporte dos recursos em custeio, pessoal e investimentos) e atividades editoriais (linhas, diretrizes e execução de programas e demais produtos culturais) realizados pela emissora. Em sentido amplo, se considerado o Sistema Público de Comunicação, a gestão contempla também todo o conjunto de regulamentação infralegal e interna ao sistema.

A televisão pública, da mesma forma que qualquer outra empresa, enfrenta um ambiente que influi nas condições de desenvolvimento. Na emissora comercial, fica explícito que é o proprietário ou o grupo de acionistas majoritários que tem soberania para decidir o andamento da empresa. Na televisão pública, o proprietário é um entidade impessoal, se a gestão e o controle dependem diretamente do governo, logo essa não é um televisão público, e sim estatal. portanto, para ser considerada pública, a natureza jurídica da instituição, não pode ser considerada particular. Antes de continuar, é preciso salientar, na ordem democrática, de acordo com a Unesco (2012), “toda emissora estatal é pública, deve ser pública e há de ser gerida como coisa pública. Não obstante, nem toda emissora pública é estatal e, muito menos, deve ser estatal” (UNESCO, 2012, p. 21) Com isso pode-se entender que, o principal fator que diferencia uma emissora estatal, de uma emissora pública, não é a sua natureza jurídica e sim a gestão.

“A emissora estatal é um instituição de propriedade do Estado, seja por ter a natureza jurídica de empresa pública (estatal), pertencendo a administração pública indireta, como é o caso, no Brasil, da EBC (Empresa Brasil de Comunicação), proprietária da TV Brasil, ou por ter a natureza jurídica de empresa pública com administração direta (TV Justiça, TV Câmara) (...) as emissoras estatais têm os seus dirigentes e seus quadros executivos nomeados por órgãos de um dos três poderes da República. A gestão não é independente (...) A emissora pública tem o seu órgão máximo de poder num conselho independente de representantes da sociedade” (UNESCO, 2012, p. 22)

Para ser uma TV Pública a propriedade e natureza jurídica da emissora não pode ser propriedade particular. Admite-se, em virtude das características do ordenamento jurídico brasileiro, que figuras jurídicas como fundações públicas, Organização da Sociedade Civil de Interesse Público e Ongs supram a função da natureza jurídica de emissoras públicas. Ou como é o caso da TV Brasil, uma empresa pública de administração indireta, desde que preveja mecanismos de verificação e fiscalização de sua administração pelo poder público e pelo cidadão. A TV Brasil por mais que tenha avançado como entidade pública de comunicação, ainda está muito submetida ao poder estatal. A EBC é empresa pública de administração indireta vinculada à Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República. Para garantir a sua independência e portanto o caráter público, a TV Brasil conta com dois conselhos em sua gestão, o Conselho de Administração e o Conselho Curador.

O relatório da Unesco (2001) ressalta que a primeira forma de garantir que a radiodifusão pública tenha autonomia suficiente é distinguir a estrutura administrativa da empresa de radiodifusão pública em dois níveis de gestão: negócios do dia-a-dia, por um lado, e as políticas gerais e as decisões de longo prazo, por outro.

O conselho de administração é geralmente responsável pelas políticas gerais e decisões de longo prazo. Por exemplo, ele aprova o orçamento e as políticas da emissora pública e nomeia seus diretores. A Diretoria-Executiva é responsável pela gestão dos negócios do dia-a-dia, quer se trate de recursos humanos ou materiais ou de decisões de programação. Para evitar a interferência política nos assuntos do dia-a-dia do serviço público de radiodifusão. Na Austrália, o Conselho de Administração da Australian Broadcasting Corporation (ABC), ainda tem a obrigação de preservar a independência e a integridade da emissora pública. (UNESCO, 2001, p 21)

O relatório pontua algumas características, que de acordo com ele, são premissas para a organização dos serviços públicos de radiodifusão e que portanto devem ser seguidas ou inspirar um modelo de gestão de acordo com as peculiaridades das políticas de cada país. Primeiro, as nomeações dos cargos gerenciais públicos de radiodifusão não devem ser por privilégios políticos ou por afinidade ideológica, pois dessa forma acaba prejudicando a própria credibilidade da radiodifusão pública. “Os funcionários gerenciais precisam, para desfrutar a maior confiança do público, experiência, conhecimento e difusão da capacidade de agir no interesse público. Essas são qualidades necessárias para ocupar esses cargos no serviço público.” (Unesco, 2001, p. 22). Em segundo lugar, é preciso desenvolver o princípio de plena concorrência em sua própria

estrutura como um guia para a organização do serviço público de radiodifusão e a sua relação com o governo. Outro ponto importante, é a duração dos mandatos e termos de demissão de funcionários públicos devem ser determinados de modo a não deixá-los à mercê de mudanças de governo ou as mudanças de humor dos políticos. Os motivos para demitir um membro do conselho ou diretor-presidente deve ser definida de forma muito clara para evitar qualquer demissão arbitrária. Para garantir a autonomia dos serviços de radiodifusão é necessário a criação de órgãos responsáveis por regular e fiscalizar as atividades de radiodifusão e criação de órgãos que possibilitem um vínculo mais orgânico e com os cidadão e público, permitindo que eles enviem sugestões e críticas.

Embora seja difícil conceber um sistema organizacional ideal aplicável em todos os lugares, por causa da diferença na cultura política de um país para outro, existem vários meios para prestar serviços públicos de radiodifusão com um grau de independência do governo, assegurando que ele é responsável por suas ações. O objetivo é fazer com que a relação entre o serviço público de radiodifusão e o governo seja o mais transparente possível e desencorajar qualquer tentativa do governo de interferir. (UNESCO, 2001, p. 22)

Na “Carta de Brasília”(2007) indica que a TV Pública deve ser independente e autônoma em relação a governos e ao mercado, para isso 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.

Durante o II Fórum Nacional de Tvs Públicas, em Maio de 2009, o Intervezes, - coletivo Brasil de Comunicação produziu um documento em contribuição para o assunto, com avanços nas discussões que começaram em 2006 com o I Fórum. Nesse documento além de propor a mesma linha de ações do relatório da Unesco para garantir a autonomia da empresa de radiodifusão pública, enfatiza a necessidade de uma gestão mais participativa.

Diversos países desenvolveram modelos mais complexos de gestão que não representam necessariamente a exclusão dos governos na indicação de instancias decisórias. O intuito é justamente impedir a influencia ou ingerência governamental excessiva no sistema. Porém, de forma mais ampla, o que caracteriza este modelo é a existência de um conjunto de outros dispositivos de intervenção e participação popular que tendem a legitimar o sistema e a conectá-lo ao conjunto dos cidadãos, como os comitês de jornalismo, os conselhos de audiência e as consultas públicas, além de dispositivos internos como *ombudsman* ou ouvidorias. Neles a participação é vista como fundamental não apenas nos principais órgãos decisórios – os conselhos curadores ou diretores –, mas em diversas

esferas das atividades realizadas pelas emissoras, desde a definição de diretrizes em comitês específicos para cada produto ou canal até o momento de avaliação, sob as mais variadas óticas, acerca dos conteúdos produzidos e veiculados pelos diversos veículos que conformam o Sistema Público de Comunicação e o Campo Público de Televisão. (INTERVOZES, 2009, p. 07)

Neste sentido, durante a realização do II Fórum o coletivo defendeu a criação de mecanismos de participação mais sofisticados, diversificados e plurais, primando pela autonomia e privilegiando órgãos colegiados que acolham a presença dos diversos segmentos organizados da sociedade, o que significa adotar, em uma eventual regulamentação, um formato de Conselho diferente dos implantados nas experiências existentes, composto por organizações da sociedade e escolhido por meio de métodos democráticos, nos quais a população possa decidir sobre quem irá representá-la nestes espaços. Assim como a criação de conselhos, implantação de comitês, instituição de audiências públicas sobre assuntos relevantes e implantação de ouvidorias.

Na Carta de Brasília fruto do II Fórum chegou-se a conclusão de que o sistema de radiodifusão público é aquele que opera sem intenção de lucro e que deve obediência exclusiva aos princípios do artigo 221, que segue os princípios e objetivos contidos na Lei 11.652, que já vigoram para regular o sistema público de comunicação em âmbito nacional. E principalmente que a diferença fundamental entre os dois sistemas (Público não-estatal e público estatal) é que, no sistema de radiodifusão público não-estatal, as diretrizes de gestão da programação e a fiscalização devem ser atribuição de órgão colegiado deliberativo, representativo da sociedade, no qual o Estado ou o governo não devem ter maioria. Essa é uma característica que não está presente na gestão da EBC.

Durante o período de formatação da TV Brasil, em Maio de 2007, “ganhou espaço a ideia de um modelo de gestão cujo núcleo seria um conselho com maioria da sociedade” (VALENTE, 2009, p.123). Esse tema gerou muita polêmica, principalmente com as entidades da sociedade civil que questionavam o procedimento para a composição do conselho. Segundo Jonas Valente, durante esse período haviam duas posições sobre o assunto, a primeira patrocinada pelo ministro Franklin Martins, que previa a indicação pelo Presidente da República de conselheiros sem vinculação a movimentos ou segmentos, que seriam escolhidos livremente por seus atributos pessoais e pela sua representatividade na sociedade brasileira. A segunda, comandada sobretudo pelo professor Laurindo Leal Filho, consistia na nomeação pelo Presidente da República a partir

de indicações feitas pela sociedade. Entidades da Sociedade Civil que participaram do I Fórum de Tvs Públicas também contribuíram através da publicação do manifesto “Pela Gestão Democrática na TV Pública” (2007) onde enfatizavam que a construção de “um conselho indicado pelo Presidente, a TV pode já nascer sem autonomia e independência, objetivo maior de uma emissora que se pretende pública”. O modelo que prevaleceu foi o defendido pelo ministro Franklin Martins. Segundo Jonas Valente (2009), a divulgação da lista dos primeiros conselheiros, feita sem qualquer diálogo com a sociedade, acentuou as críticas das entidades, questionando o critério para escolha dos nomes e a formatação de uma TV pública onde o público não participa?

Durante esse período havia o receio de que a oposição conseguisse impedir a aprovação da MP 398, sendo assim, mesmo as organizações que acompanhavam o processo desde o Fórum Nacional de TVs públicas e que iam contra a forma de composição dos conselhos estipulado publicaram cartas de apoio e manifestos em defesa da aprovação da MP 398.

Mesmo com a Medida Provisória em circulação, a TV Brasil entrou no ar no dia 02 de Dezembro. “Foi exibida uma programação especial no dia, com um debate sobre o novo veículo, entremeando com opiniões de personalidades sobre a expectativa em relação a TV”. (VALENTE, 2009, pg. 137)

Como dito anteriormente, a Medida Provisória 398/07 não criava apenas uma emissora de TV, mas uma empresa pública de comunicação. A MP 398/07 instituía A Empresa Brasil de Comunicação S.A – EBC, uma empresa públicas, organizada sob a forma de sociedade anônima de capital fechado, com pelo menos 51% do seu capital pertencente a União, inicialmente integrou parte no capital da empresa com o patrimônio da Radiobrás e de bens federais que vinham sendo administrados pela Associação de Comunicação Educativa Roquette Pinto (Acerp), mantenedora da TVE Brasil. As ações restantes poderão ser adquiridas por entidades da administração indireta (autarquias, estatais e fundações) da própria União ou de outros entes federativos. A EBC será um empresa pública vinculada à Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República²⁶. Houve crítica quanto a vinculação direta com à Presidência da República, no tocante da autonomia em relação ao governo desejada para a nova emissora pública de comunicação, mas de acordo com Jonas Valente, “para garantir a sobrevivência de um

²⁶ Disponível em: <http://www2.camara.leg.br/camaranoticias/noticias/111923.html> Acessado em 10 de novembro de

projeto de TV pública de caráter minimamente contra-hegemônico” precisava da presença de forças comprometidas com esse projeto político com presença nos núcleos de poder do Estado, desta maneira, a Presidência da República, por meio da Secom é a mais alta instância da estrutura de gestão da EBC e da TV Brasil. Formada por mais cinco instâncias de gestão, a Assembléia Geral, os órgãos administrativos, que são os conselho de Administração e a Diretoria Executiva e órgãos de fiscalização formados pelo conselhos curador, fiscal e a ouvidoria. O Regimento Interno da EBC, em um primeiro momento definiu sete diretorias para compor a empresa, diretorias de Jornalismo, Programas e Conteúdos, Serviços, Administrativo-financeira e duas superintendência: de Rádio e de Rede.

Desde de 2012 a EBC começou a implantar o seu Plano Estratégico 2012-2022, onde destaca que a visão de futuro da empresa é torna-se referência na comunicação pública. Para isso foi planejada uma nova estrutura organizacional da EBC, aprovada recentemente pelo Conselho Administrativo, em janeiro de 2014. O novo desenho da organização, descrito no Regimento Interno da EBC com data de 30 de janeiro de 2014, está fundamentado em três eixos: operação regional, convergência de mídias e estruturação de plataformas (TV, Rádio e Web). A implantação será gradual e realizada em quatro fases, com término previsto para julho de 2015.²⁷

O Planejamento Estratégico apontou a necessidade da Empresa se organizar para enfrentar o desafio da convergência de mídias. Desde fevereiro deste ano, a estrutura da EBC vem sendo alterada, com o objetivo de organizar as áreas de operação e de suporte, além de integrar as áreas de produção de conteúdo, estruturar as operações regionais e fortalecer as unidades de gestão e relacionamento. O novo desenho reúne toda a área operacional sob a coordenação da Diretoria Geral e a área de apoio às operações sob a coordenação da Vice-Presidência de Gestão e Relacionamento. Reforça também as estruturas de governança estratégica e corporativa. A nova estrutura organizacional está baseada em três conceitos chaves definidos no Plano Estratégico 2012-2022: convergência de mídias, gestão por plataformas e operações regionais.²⁸

²⁷ Disponível em : <http://intranet.ebc.com.br/noticia/2014-02/nova-estrutura-da-ebc-comeca-ser-implantada> Acessado: em 10 de novembro de 14

²⁸ Disponível em: <http://intranet.ebc.com.br/noticia/2014-06/segunda-etapa-da-nova-estrutura-organizacional-comeca-ser-implantada> Acessado em: 14 de novembro de 14

Atualmente a EBC “reger-se-á pelos objetivos, finalidades, princípios e regras inscritas na Lei no 11.652, de 7 de abril de 2008, no Estatuto Social aprovado pelo Decreto no 6.689, de 11 de dezembro de 2008,”²⁹ e novo Regimento Interno de 18 de junho de 2014 deliberado pelo CONSAD – Conselho de Administração e as demais normas internas da empresa aplicáveis.

A nova estrutura organizacional segue com o a Assembleia em primeira instância, os órgão de administração que são compostos pelo Conselho de Administração e pela Diretoria Executiva, que conta com o assessoramento da Secretaria Executiva, Procuradoria Jurídica e Ouvidoria, os órgãos fiscais, formados pelos conselhos fiscal, curador e auditoria interna, a criação de comitês e comissão, tais como, o Comitê de Tecnologia da Informação, comitê de conteúdo e programação, Comissão permanente de promoção da acessibilidade e inclusão de pessoas com deficiência, os comitês são órgãos deliberativos, competindo a eles, planejar e conduzir procedimentos estratégicos para crescimento da empresa, as comissões internas são órgãos de instância consultiva. Na nova estrutura organizacional foram criadas mais três diretorias e houve modificações nas que já haviam sido criadas. A EBC é dividida entre as diretorias da Presidência, Geral, Diretoria de Conteúdo e programação, Jornalismo, Produção Artística, diretoria da Vice Presidência de Gestão e Relacionamento, diretoria de Administração, finanças e pessoais e diretoria de Negócios e Serviços .

O Conselho de Administração (Consad) é um dos órgãos que compõem a administração da EBC junto com a Diretoria Executiva. É composto por cinco membros. Um deles indicado pelo Ministro de Estado da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República (Secom), outro pelo Ministro de Estado do Planejamento, Orçamento e Gestão (MPOG) e um terceiro indicado pelo Ministro de Estado de Comunicações (Minicom). Os outros dois membros são o Diretor-Presidente da EBC e um representante dos empregados.³⁰ O Conselho de Administração tem as prerrogativas de, entre outras coisas, aprovar o plano estratégico da EBC, programas anuais de dispêndios e de investimentos, fiscalizar a gestão dos diretores, eleger e destituir membros da diretoria-executiva, encaminhar relatórios, aprovar normas internas para licitação e para contratação de aquisição de obras e serviços, definir as normas específicas para

²⁹ Regimento interno da empresa – EBC Empresa Brasil de Comunicação Disponível em: [http://intranet.ebc.com.br/sites/intranet/files/normas/regimento_interno_aprovado_consad_055 - 18-06-2014_0.pdf](http://intranet.ebc.com.br/sites/intranet/files/normas/regimento_interno_aprovado_consad_055_-_18-06-2014_0.pdf)
Acessado em: 11 de novembro de 14

³⁰A inserção de um funcionário do quadro da EBC no Conselho Administrativo foi uma das reivindicações alcançadas pelos funcionários.

contratação de pessoal permanente por meio de concurso público de provas ou de provas e títulos e propostas para a aprovação da assembleia geral e fixar as orientações gerais de negócios da Empresa.

O Conselho Fiscal é o órgão responsável, entre outras atribuições, por fiscalizar os atos dos administradores e verificar o cumprimento dos seus deveres legais e estatutários; acompanhar a gestão financeira e patrimonial e fiscalizar a execução orçamentária; opinar sobre o relatório anual da administração e elaborar e aprovar o seu regimento interno. O Conselho Fiscal da EBC é constituído por três membros indicados pela Secretaria de Comunicação Social, pelo Ministro de Estado da Fazenda e pelos acionistas minoritários.

O objetivo do Conselho Curador é ser um instrumento de participação da sociedade na gestão de empresas públicas de comunicação, diferenciando-os dos canais meramente estatais, controlados exclusivamente por governos ou poderes públicos. Na experiência internacional da comunicação pública, os conselhos variam quanto a forma, funcionamento, composição e duração do mandato, mas guardam, entre si, a prerrogativa fundamental de controlar a linha editorial e a qualidade dos conteúdos veiculados. Tem como atribuições, aprovar anualmente o plano de trabalho e a linha editorial da EBC, assim como observar a sua aplicação. Deve ainda acompanhar e fiscalizar a veiculação da programação, que será obrigatoriamente acolhida pela Diretoria-Executiva.³¹

A composição do conselho curador foi um dos motivos que mais geral divergências na estruturação da empresa. O conselho Curador é o órgão o que na teoria garantiria a autonomia editorial e a participação da sociedade civil na gestão da emissora, portanto, se a escolha das personalidades que vão fazer parte do conselho funcionar em uma lógica inversa ao recomendado nos documentos, mostrados nesse trabalho, que propõe a defesa de uma comunicação pública democrática, a confiabilidade e credibilidade da TV Brasil como emissora pública diminui. Jonas Valente (2009) indica que houve um esforço da por parte da empresa criar o perfil fiscalizador do órgão a partir das personalidades que a compõe e não a partir da sua estrutura. A lógica apresentada pela empresa e observada por ele é que a “autonomia não deve ser obra da arquitetura institucional e das possibilidades de controle por parte da sociedade, mas da independência dos conselheiros, em especial o presidente do órgão”, que na época era o

³¹ Disponível em: <http://conselhocurador.etc.com.br/pagina/conselho-curador> Acessado em: 14 de novembro de 14

economista Luiz Gonzaga Beluzzo e hoje o órgão está sob o comando da Ana Luiza Fleck Saibro, funcionária de carreira do Senado Federal, onde trabalha como consultora legislativa, ela integra o Conselho Curador da EBC desde agosto de 2008, como uma das representantes do Congresso Nacional. Assumiu a presidência do Conselho Curador em dezembro de 2011 e foi reconduzida à presidência em novembro de 2014, para novo mandato de dois anos.

O conselho curador da EBC é composto por 22 membros sendo quatro do Executivo Federal, ministros da Educação, Cultura, Ciência e Tecnologia e Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, dois membros indicados pelo Congresso Nacional, sendo um da câmara e um do Senado, uma das reivindicações feitas pelos partidos de oposição para a aprovação da Medida Provisória de criação da EBC, um representante dos funcionários da EBC e 15 representantes da sociedade civil indicados pelo Presidente da República. Os representantes da “sociedade civil são personalidades que, em conjunto, expressam a pluralidade de opiniões, formações e experiências profissionais, origens regionais e inclinações políticas”.³² Na tentativa de garantir o rodízio dos integrantes, os conselheiros da EBC têm mandatos que variam de dois a quatro anos. A Legislação prevê que, em suas próximas renovações, o Conselho faça consultas a um conjunto de entidades representativas de diferentes setores da sociedade para elaborar a lista de indicações.

Jonas Valente (2009) destaca outros importantes pontos sobre a composição do Conselho Curador da EBC, o fato da indicação dos membros da sociedade ser feita pelo Presidente da República condiciona o acesso das classes dominadas ao aparelho de comunicação. Com isso, a EBC não cumpre o objetivo de implantar a plena concorrência dentro da sua estrutura, recomendada pelo relatório da Unesco (2001). Sem o diálogo efetivo com a sociedade, corre o risco do conselho ser um órgão fechado em si mesmo, contradizendo a sua própria natureza que é ser a ponta com o cidadão. Segundo Jonas Valente (2009) o argumento da direção da empresa e do governo federal era que a presença de representantes de segmentos daria ao conselho um caráter corporativo, ao invés de construir um acompanhamento qualificado.

Outro órgão de controle da EBC é a ouvidoria, criada a partir de um emenda da MP 398/07, cabe a este órgão exercer a crítica interna da programação, com respeito à observância dos princípios e objetivos dos serviços de radiodifusão pública, além de examinar as reclamações,

³² Disponível em: <http://conselhocurador.ebc.com.br/pagina/conselho-curador> Acessado em: 14 de novembro de 14

sugestões e elogios dos telespectadores e ouvintes. O órgão atua como complemento do Conselho Curador, cabe a ele captar as avaliações e sugestões expressadas a partir da grade de programação da TV. Ao contrário do conselho, a ouvidoria não tem o poder de estabelecer linhas de programação, tem apenas a função de levar as informações para os conselhos, para que assim eles decidam.

Após compreender os mecanismos que compõe a estrutura da TV Brasil, observo um ponto crítico onde os conceitos indicam um caminho e na prática são materializados outros. Os mecanismos de participação da sociedade na administração da EBC são deficientes, apesar de alguns avanços terem acontecido, como a criação de comitês internos e a realização de audiências públicas, ainda assim, a participação da sociedade nas esferas de comando da EBC são baixas. Outro fator que preocupa é a vinculação direta da EBC à Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República que vai na contra mão do discurso de uma emissora independente, ainda que justificado vinculação da EBC à Secom, o próximo mecanismo que garantiria a independência da emissora seria uma gestão autônoma, mas o diretor-presidente e o diretor geral, por sua vez, são escolhidos pelo Presidente da República. (BUCCI, 2010). O conselho curador, outro órgão que auxiliaria na independência, tem os seus representantes designados pelo Presidente da República e suas atribuições são mais consultivas do que efetivas. Com isso, não tem como garantir a continuidade do serviço de radiodifusão público. Se existe brechas para um controle do governo sobre a EBC, como ter certeza que quando houver a troca de governo a TV Brasil continue a mesma.

Outra grande questão estruturante das emissoras públicas é em relação a disponibilidade de recursos. O grau de dependência e o vínculo dos sistemas com os financiadores acabam por determinar o nível e o perfil da influência destas fontes na direção do sistema. A dependência de receitas oriundas tradicionalmente do mercado (como a publicidade comercial) tende a impor lógicas de funcionamento e de programação semelhantes às da mídia comercial. Por outro lado, a alta incidência de verbas orçamentárias estatais sem controle independente pode subordinar os quadros diretores dos sistemas aos interesses diretos dos dirigentes políticos responsáveis pelo repasse dos recursos. O escolha de modelo de financiamento capaz de sustentar e viabilizar a execução dos princípios e objetivos do Sistema Público de Comunicação, foi e ainda é um dos grandes gargalos enfrentados pela EBC – Empresa Brasil de Comunicação e conseqüentemente a

TV Brasil. Para Diego Portales Fuentes, as empresas que dependem da aprovação anual de orçamentos públicos não tem autonomia real (FUENTES, 2002, p. 152). Com isso, o mais indicado é a presença de diversas fontes de financiamento. Gabriel Priolli, destaca três fontes de recursos tem sustentado a televisão pública, a primeira fonte de financiamento é a dotação orçamentária do Estado, o que leva diretamente ao sério problema de contingenciamento de verbas, outra vertente de recursos das TVs públicas é a prestação de serviços. Esse é um modelo utilizado intensamente pela TV Cultura de São Paulo, mas os clientes em 90% dos casos são o próprio estado ou órgão do Estado (PRIOLLI, 2003, p. 103)

Na Europa, honorários de uma licença de imposto vinculado à propriedade de receptores tem sido a forma histórica de financiamento da radiodifusão pública, no entanto, vale lembrar que lá a tradição televisiva começou pública e posteriormente foi inserida a comercial. Existe uma consciência coletiva que legitima esse tipo de cobrança, fato que em outros países como no Brasil, ainda não é aceito. Uma das saídas que alguns teóricos apontam é a cobrança das emissoras comerciais que utilizam a frequência herztiziana. Devido ao poder das emissoras comerciais no Brasil, essa talvez seja uma opção validade prática de fato.

Na Carta de Brasília, o indicado é o que financiamento deva ter origens em fontes múltiplas, com participação significativa de orçamentos públicos e de fundos não contingenciáveis.

Na legislação ficou estipulado que as receitas da empresa EBC virão de dotações orçamentárias, de doações, de prestação de serviços de comunicação a órgãos públicos e empresas públicas e privadas, de distribuição de conteúdo, de modelos de programação e licenciamento de marcas e produtos, entre outras fontes.

Durante o processo de criação da MP 398 houve um movimento no congresso para a limitação e a melhor definição das formas da publicidades que poderiam ser feitas pela TV Brasil, limitando o campo de atuação da emissora nessa aspecto.

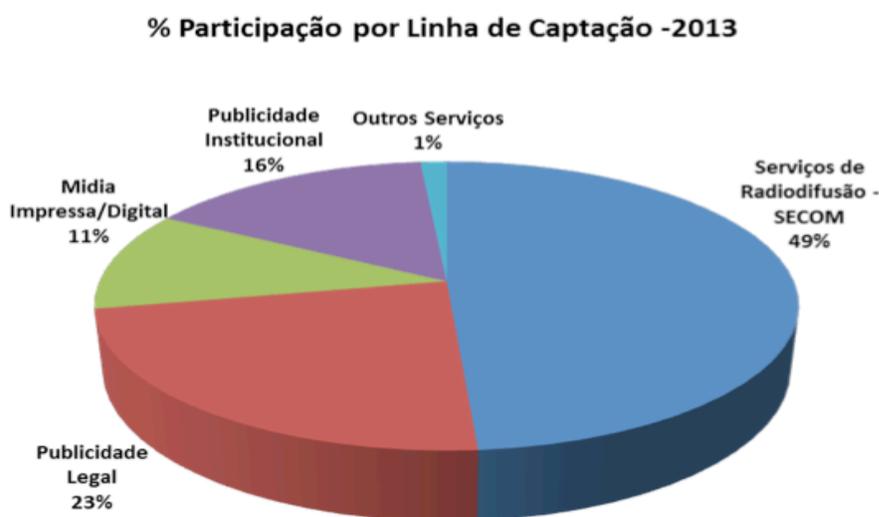
O Coletivo Intervozes (2009) aponta que o volume de recursos está diretamente relacionado às condições infra-estruturais, ao quadro de pessoas envolvidas nas operações e às possibilidades de produção de programas para veiculação. A composição das receitas, as fontes e os mecanismos de controle – condicionam a autonomia dos veículos públicos de comunicação, com isso eles são normalmente foco de diversas tensões políticas. Atualmente, as emissoras do

campo público mantêm modelos de financiamento semelhantes. As educativas estaduais, legislativas e universitárias são sustentadas majoritariamente por verbas orçamentárias.

Em relatório interno a TV Brasil, indicou que o contingenciamento vem aumentando desde 2008. Em 2013 o contingenciamento foi de R\$ 48.826.000 milhões que impactou as despesas de custeio e investimento. Ainda segundo o relatório, a EBC em 2013 alcançou recorde na receita de captação com o crescimento de 296% relativamente aos últimos quatro anos. A Política de Captação de Recursos possibilitou alcançar o patamar de R\$ 100,32 milhões contra R\$ 81,49 milhões com venda de serviços e exibição de apoio institucional no ano de 2012. Esse seria um dos caminhos para garantir a independência financeira, objetivo colocado no Plano Estratégico para ser alcançado em 2022.

A lei de criação da EBC instituiu, em 2008, determinou o repasse de um percentual do Fundo de Fiscalização de Telecomunicações (Fistel) para emissoras do campo público, sobretudo a EBC. No entanto, a liberação dos recursos, vem sendo impedida por uma disputa judicial com as operadoras de telecomunicações. E esse fato vem impactando as formas de financiamento da EBC. “Foi mais um ano em que a Contribuição para o Fomento da Comunicação Pública, criada em 2007, passou a ser depositada em juízo, sem chegar ao seu destinatário – ainda que decisões em nosso favor já tenham sido tomadas pelo Poder Judiciário, em primeira instância.” – afirma relatório da EBC.

Gráfico 1 : Composição das verbas - EBC



3. PROGRAMAÇÃO: CARACTERÍSTICAS E DESAFIOS

A programação de uma emissora é o resultado dos valores e dos objetivos de qualquer empresa. A partir da análise da programação consigo me aproximar ainda mais do objetivo desse trabalho que é perceber se a TV Brasil está conseguindo cumprir a sua missão como emissora pública.

Na Radiodifusão Pública é importante a presença da pluralidade, diversidade, assim como a imparcialidade da programação. Neste capítulo demonstro as estratégias da TV Brasil para colocar em prática esses valores em meio lógica consolidada da indústria cultura e da sociedade de espetáculo na qual a emissora está inserida. Busco fazer uma comparação das grades entre as emissoras comerciais e públicas levantando as diferenças e semelhanças entre ambas. Assim como no capítulo 2, busco os conceitos de programação de televisão pública da Unesco, os conceitos que foram descritos no momento da criação da TV Brasil e os que estão sendo colocados de fato em prática.

3.1 A IMPORTÂNCIA DA PROGRAMAÇÃO

A programação, assim como a gestão e o financiamento, é um dos elementos fundamentais na estrutura de qualquer emissora, seja ela comercial, pública ou estatal. É através da programação que se concretiza os objetivos e as intenções de um canal de TV ou de uma rede de canais. É o resultado de estratégias, dos objetivos e dos valores. Se a missão da TV Brasil é criar e difundir conteúdos que contribuam para formação crítica das pessoas e tem como visão ser uma referência em comunicação pública, existe um longo e árduo caminho a seguir para poder, enfim, alcançar o objetivo.

Como pensar a programação para emissora pública? Como deve ser a linguagem dos programas? Programas destinados a públicos de idades diversas, regiões geográficas diferentes bastam para definir a emissora como plural? A grade reflete a diversidade de identidades que compõe o Brasil? Ainda que a emissora pública busque ser contraponto às televisões comerciais, ainda assim, ela está inserida dentro da lógica consolidada da indústria cultural e da sociedade de

espetáculo. Quais são os aspectos da programação que devem diferenciar a emissora pública das outras emissoras em ação na indústria Cultural?

Antes de prosseguir com a análise sobre a programação da TV Brasil, é importante perceber qual é a lógica simbólica em que a TV Brasil está inserida. O conceito de “indústria cultural”, ainda que tenha sido criado por Adorno e Horkheimer na primeira metade do século passado, ainda é atual e explica a atuação dos meios de comunicação, pois destaca a dimensão econômica da comunicação. Adorno e Horkheimer, no livro *Dialética do Esclarecimento*, publicado em 1947, já indicavam que os conglomerados empresariais que atuam na comunicação são fundamentais para a existência da sociedade capitalista. Indústria Cultural serviria para definir a inversão da cultura em mercadoria. A ideologia cultural passa a ser guiada pela necessidade de consumo e de lucro capitalista guiados pelo mercado. Entende-se por indústria cultural o sistema formado pelos meios de veiculação dos bens simbólicos destinados ao consumo de massa e dentre os meios de comunicação de massa, no Brasil a televisão é o grande destaque, também o mais poderoso e representativo da indústria cultural. Em um primeiro momento, o papel do Estado foi fundamental na estruturação dos meios de difusão da indústria cultural, através das concessões e o colaboração para o fortalecimento da hegemonia das emissoras comerciais. Dessa forma, é essencial observar como se dá a relação das emissoras públicas em um universo dominado pela mercadoria.

Em um documento produzido pela Unesco (2012) onde são levantados os indicadores de qualidade nas emissoras públicas, escrito por Eugênio Bucci, Marco Chiaretti e Ana Maria Fiorini, afirmam que a o universo da mercadoria envolve quase tudo, mas o que é chamado comumente de bens culturais – e, principalmente, no nosso caso, da comunicação pública, não deve ser encarado, nem chamado de “mercadorias.”

No campo estético, o alvo da radiodifusão pública deve ser o de desconstruir a aura da mercadoria. É nesse sentido que afirmamos que, não fosse isso, a radiodifusão pública poderia muito bem ser dispensável. Definitivamente, não é para reforçar o predomínio da mercadoria na vida social que a democracia precisa de radiodifusão pública. Ao atravessar o véu criado, no imaginário, por uma espécie de “visibilidade padrão”, definida pela indústria do entretenimento, a emissora pública é aquela que estimula inovações de linguagens em relação às linguagens empregadas pela comunicação comercial. Ao fazer isso, ela põe em xeque a ideia de que o produto multimídia seja destinado única e tão somente ao consumo individual, à fruição imediata. Ela não opera no mesmo nível que opera a publicidade, mas com outro enfoque (BUCCI, CHIARETTI, FIORINI, 2012, p. 15)

Para Eugênio Bucci (2010) o negócio da televisão pública não é entretenimento e, indo mais longe, não é sequer televisão: é cultura, é informação, é liberdade.

Outro pensamento muito presente nas emissoras comerciais que incitam o controle e distorção da informação e dos bens culturais em prol do consumo e da audiência é a valorização dos produtos com caráter “*sensacional, espetacular*”³³ A gênese do pensamento sobre a questão do espetáculo tem suas raízes no francês Guy Debord (1931-1994) e em seu livro *A sociedade do espetáculo*. A obra de Debord leva a refletir sobre a vida moderna onde existe a preferência da imagem a vida real e da imobilidade à atividade de pensar e reagir, torna-se mais fácil ver a realidade no reino das imagens e não no plano da própria realidade. A relação da televisão com a sociedade do espetáculo é tão íntima que o conceito tem sido confundido como uma crítica à televisão, quando na verdade é um diagnóstico da sociedade capitalista como um todo, em sua fase em que a imagem publicitária tem total hegemonia. É esse o contexto, em que a emissora pública precisa ser inserida e capaz suficiente de apresentar uma alternativa a esse cenário. Segundo Debord, "toda a vida das sociedades nas quais reinam as modernas condições de produção se apresenta como uma imensa acumulação de espetáculos. Tudo o que era vivido diretamente tornou-se uma representação". José Aloise Bahia³⁴ (2005) analisa e complementa o pensamento do escritor:

Devido a mediação das imagens e mensagens dos meios de comunicação de massa, os indivíduos em sociedade abdicam da dura realidade dos acontecimentos da vida, e passam a viver num mundo movido pelas aparências e consumo permanente de fatos, notícias, produtos e mercadorias. O espetáculo – diz Debord – consiste na multiplicação de ícones e imagens, principalmente através dos meios de comunicação de massa, mas também dos rituais políticos, religiosos e hábitos de consumo, de tudo aquilo que falta à vida real do homem comum: celebridades, atores, políticos, personalidades, gurus, mensagens publicitárias – tudo transmite uma sensação de permanente aventura, felicidade, grandiosidade e ousadia. O espetáculo é a aparência que confere integridade e sentido a uma sociedade esfacelada e dividida. É a forma mais elaborada de uma sociedade que desenvolveu ao extremo o ‘fetichismo da mercadoria’ (felicidade identifica-se a consumo). Os meios de comunicação de massa – diz Debord – são apenas ‘a manifestação superficial mais esmagadora da sociedade do espetáculo, que faz do indivíduo um ser infeliz, anônimo e solitário em meio à massa de consumidores. (BAHIA, 2005)

³³ Para um produto ser reconhecido como sucesso é preciso ter a legitimação da mídia, que por sua vez, seleciona o produto, a partir do princípio do *sensacional*, do *espetacular* (BOURDIEU, 1997, p.25) e algo que possa interessar a todo mundo, apostando em nas "variedades, preenchendo o tempo raro da televisão com o vazio, com nada ou quase nada, afastam-se as informações pertinentes que deveria possuir o cidadão para exercer seus direitos democráticos" (BOURDIEU, 1997, p.24)

³⁴ Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/a-sociedade-do-espetaculo>
Acessado em 28 de Novembro de 2014

A televisão e outros meios de consumo de massa ocupam um lugar que antes era do diálogo pessoal, um exemplo, é quando assuntos que deveriam ser tratados no seio familiar, são discutidos por novelas no Brasil, tal como as drogas. Ocorre uma inversão de valores, o espetáculo se constitui como a realidade e a realidade o espetáculo. Com a presença constante dos meios de comunicação de massa, o homem passa a ser e a viver uma vida sonhada e idealizada, na qual a ficção mistura-se à realidade, e vice-versa. Eugênio Bucci (1997) apresenta um efeito da televisão diretamente ligada com a ideia da sociedade de espetáculos, é o efeito-sanduíche realidade-ficção/ficção-realidade, pelo qual os telejornais (reino da realidade) se organizam como melodramas (reino da ficção) e as novelas (reino da ficção) vão se alimentar no reino da realidade. O reino da notícia bebe no da ficção, e vice-versa, produzindo um entendimento parcial, fragmentado, e nunca pleno do mundo dos acontecimentos. Para Douglas Kellner (2004), o conceito de Debord, apresentado pela primeira vez nos anos 60, ainda hoje continua atual, o autor exemplifica em seu texto que “os espetáculos são aqueles fenômenos de cultura da mídia que representam os valores básicos da sociedade contemporânea, determinam o comportamento dos indivíduos e dramatizam suas controvérsias e lutas, quanto as solução de conflitos.” Ele afirma, que para isso as emissoras incluem extravagâncias da mídia, eventos esportivos, fatos políticos e acontecimentos que chamam muito a atenção, os quais eram para ser denominados como notícias, mas que na verdade segue mais à lógica espetáculo.

É perceptível o quanto a vida cotidiana, política e econômica do Brasil são moldadas pelas emissoras comerciais no Brasil, em especial a líder de audiência TV Globo. Para Debord (*apud* Kellner, 2004) o espetáculo é uma ferramenta de pacificação e de despolitização, que choca os sujeitos sociais e os distancia das obrigações mais urgentes da vida real. Ao levantar a relevância simbólica que a TV exerce no Brasil é essencial que a grade de programação da TV pública não compactue com o atual mecanismo, uma vez que a missão da emissora vai em um caminho oposto buscando contribuir para a consciência crítica do cidadão e para a participação dele na sociedade. No entanto, o que se propõe não é o rompimento total da estrutura da indústria cultural, mas a expansão do conhecimento e comprometimento com outros valores além do consumo.

3.2 A PROGRAMAÇÃO ENTRE EMISSORAS PÚBLICAS E COMERCIAIS

Dentro da lógica da indústria cultural, as emissoras comerciais elaboram a grade de programação em busca da fidelização da audiência e do consumo. O objetivo é garantir a atenção do público aos seus programas de modo a viabilizar a exposição dos anúncios publicitários e, assim, acelerar o ritmo do consumo das mercadorias e legitimar a essência do sistema capitalista. De acordo com Arlindo Machado (2010) dentro dessa lógica, um dos formatos de programas de televisão que mais dão retorno é a exibição de programas ou eventos *ao vivo*. A exibição do ao vivo foi uma das grandes novidades e um dos traços distintivos da televisão perante os outros meios de comunicação, sendo assim, a partir do registro de um espetáculo e a visualização simultânea em diversos lugares pelos telespectadores tem o poder de “modelar a memória coletiva, assim como integrar e reorganizar sociedades inteira em torno de um mito ou de uma vontade coletiva.” (MACHADO, 2010)

Outro mecanismo utilizado pela televisão para garantir a fidelização é a *seriação*. Segundo Arlindo Machado, chama-se *seriação* a programação descontínua e fragmentada do programa televisual. Essa fragmentação pode ser feita por blocos onde durante o intervalo é apresentado os anúncios publicitários, ou por edições diárias, semanais ou mensais. Ainda segundo o autor, existem várias explicações sobre as razões que levaram a televisão adotar a seriação como principal forma de estruturação de seus produtos audiovisuais, dentre as explicações, a que mais se destaca é o fato da “televisão funcionar segundo um modelo industrial e adota como estratégia produtiva as mesmas prerrogativas da produção em série. A necessidade de alimentar com material audiovisual uma programação ininterrupta teria exigido da televisão a adoção de modelos de produção em larga escala, na qual a seriação e a repetição infinita do mesmo protótipo constituem a regra.” Nas emissoras comerciais escolha da programação horizontal é a causa e consequência da seriação, com o objetivo de criar no telespectador o hábito e assistir ao mesmo programa em um determinado horário. De acordo com o autor, José Carlos, diferentemente das emissoras abertas, as tvs por assinatura adotam uma grade de programação diagonal e vertical, ou seja, os programas mudam de horário durante a semana e são reprisados, para ter audiência em vários horários.

A TV Brasil dividiu os seus programas em cinco grandes categorias: Informação, Esporte, Arte, Conhecimento e Infantil.³⁵ Vale ressaltar que muitas emissoras fazem essa divisão em duas grandes categorias, Informação e/ou entretenimento, acrescentando uma ou mais categorias exemplificada no quadro a seguir. Os programas podem estar enquadrados em apenas uma categoria ou mais de uma. O interessante é notar a eliminação do conceito entretenimento das categorias da TV Brasil. Isso evidencia que a TV Brasil que ser vista como uma televisão pública de conteúdo.

CATEGORIA	CATEGORIA
ENTRETENIMENTO	INFORMAÇÃO
AUDITÓRIO	DEBATE
COLUNISMO SOCIAL	DOCUMENTÁRIO
CULINÁRIO	ENTREVISTA
DESENHO Animado	TELEJORNAL
DOCUDRAMA	
ESPORTIVO	CATEGORIA
FILME	EDUCAÇÃO
GAME SHOW (Competição)	EDUCATIVO
HUMORÍSTICO	INSTRUTIVO
INFANTIL	
INTERATIVO	CATEGORIA
MUSICAL	PUBLICIDADE
NOVELA	CHAMADA
QUIZ SHOW (Perguntas e Respostas)	FILME COMERCIAL
REALITY SHOW (TV Realidade)	POLÍTICO
REVISTA	SORTEIO
SÉRIE	TELECOMPRA
SÉRIE BRASILEIRA	
SITCOM (Comédia de Situações)	CATEGORIA
TALK SHOW	OUTROS
TELEDRAMATURGIA (Ficção)	ESPECIAL
VARIEDADES	EVENTOS
WESTERN (Faroeste)	RELIGIOSO

fonte: ARONCHI DE SOUZA, José Carlos. *Gêneros e Formatos na Televisão Brasileira*. São Paulo, Summus,

³⁵ Disponível em <http://tvbrasil.abc.com.br>. Acessado em 01 de dezembro de 14

O principal elemento para a programação é o horário de transmissão de cada programa. A grade horaria de uma emissora é o resultado das pesquisas de audiência e da estratégia de cada rede. Ao analisar a grade da TV Brasil observo que ela está organizada de uma forma geral horizontalmente durante a semana, com algumas variações durante o final de semana. Em rede nacional foram identificados 10 divisões por afinidades de assuntos e horário na grade da TV Brasil. São elas a “diversidade rural”, “Informação Cidadã”, “Hora da Criança”, “Jornal do 12h”, retorno da “Hora da Criança”, “Debates e entrevistas”, “Juvenil”, “Informação para reflexão”, “Jornal das 21h”, “Arte e Conhecimento” e “Entretenimento” (Estreou em novembro a novela Windeck). Durante a madrugada tem reprises e a exibição de programas educativos. Todas essas divisões serão detalhadas nos próximos parágrafos.

Como demonstrado, a TV Brasil separa os seus programas por faixas de assuntos e idades, recentemente foi incluído a “faixa rural” de 07h às 07h30, com programas diferentes de seg. à sáb. que mostram a diversidade da produção rural dos brasileiros. Os programas são das emissoras do “campo público” parceiras da TV Brasil, como as TVs Educativas do Rio Grande do Sul, Tocantins, Espírito Santo e Paraná e das emissoras universitárias do Rio Grande do Norte e da cidade Votuporanga – SP. O “Rio Grande Rural” fala do dia a dia das comunidades agrícolas gaúchas; o “ES Rural” traz temas que vão da pecuária de leite ao cultivo de flores; do interior de São Paulo, o programa “Notícias do Campo” aborda as novidades em tecnologia da agricultura. O programa “Marca Paraná” mostra assuntos desde da bacia leiteira aos portos. Do Rio Grande do Norte, o “Tela Rural” divulga a pesquisa e produção do saber na área do Campo e o “Vitrine do Campo” é um espaço reservado à agropecuária do Tocantins, sem deixar de revelar suas belezas naturais.³⁶

Na próxima faixa de horário, de 07h30 às 08h, encontramos programas com perfis de informação de uma forma geral, esses também são a reunião de programas produzidos pelas emissoras parceiras da Rede Pública de Televisão. Os programas falam de ciência, tecnologia, e meio ambiente, tais como “TV Ciência”, produzida pela TV Educativa do Espírito Santo e o programa “Sementes” produzido pela TV Cultura do Pará. Programas que buscam fazer uma ponte entre a população e áreas diversas de utilidade pública como o “Bom para Todos”

³⁶ Disponível em <http://www.tve.com.br/2014/03/tve-estreia-na-segunda-31-nova-faixa-de-programacao-dedicada-ao-campo/> Acessado em 01 de dezembro de 2014

produzido pela TVT, emissora educativa do Sindicato dos Metalúrgicos do ABC. “Opção Saúde” produzido pela TV Rede Paulista que traz opinião e a análise de profissionais da saúde com dicas alimentação mais saudável e sugestões de exercícios. O “Cozinha Amazônica”, estreou no mês de novembro da TV Brasil, produzido pela TV Cultural do Pará, é um programa de culinária, mas com receitas do norte do Brasil.

A faixa com mais tempo de duração é a infantil, denominada como “Hora da Criança”, dedicada aos desenhos, animações, teledramaturgias voltados para o público infantil. De acordo com o relatório da TV Brasil do ano de 2013 “a programação direcionada ao público infantil diariamente é assistida por, pelo menos, 1,2 milhão de telespectadores. Em 2013, mantivemos a exibição de seis horas diárias com conteúdos voltados a faixa etária que vai da pré-escola à adolescência, com temas que tratam de educação, cultura, meio ambiente e cidadania”³⁷ Para Jonas Valente (2009), a liderança dos programas infantis pode ser percebido como um resultado da herança das antigas TVE, que conseguiram grandes destaques com os programas infantis, como “Menino Maluquinho” e na TV Cultura o “Castelo Rá-Tim-bum, entre outros, mas também como estratégica e central dentro do projeto editorial da TV Brasil. A Televisão é um dos principais formadores de valores das novas gerações, deve realmente pensar e investir em uma programação infantil de qualidade e que contribua de forma positiva para a formação do cidadão.

Nesse sentido, durante o ano de 2014 estreou mais um programa infantil na TV Brasil, “O Igarapé Mágico”, elaborado e produzido ao longo de dois anos, leva as histórias da floresta com ludicidade, marcas de brasilidade, responsabilidade pedagógica e alta tecnologia. De acordo com os relatórios da TV Brasil “Um programa que entra na grade para ampliar a oferta de conteúdos infantis com cunho educativo na TV aberta, no momento em que as emissoras comerciais navegam no sentido contrário.”³⁸

A “Hora da Criança” é interrompida apenas pela edição do telejornal Repórter Brasil, produzido no Rio de Janeiro, com contribuições das praças de Brasília, São Paulo e redes associadas e exibidas de forma nacional. O telejornal tem 30 minutos de duração e vai ao ar de Seg. à sexta. Após o jornal a “Hora da Criança” retorna e permanece até às 16h, quando vai ao ar um dos programas mais conhecidos e carros chefes da emissora, o Sem Censura, que se manteve

³⁷ Plano de Trabalho para 2014. Documento interno da TV Brasil.

³⁸ Plano de Trabalho para 2014. Documento interno da TV Brasil

após a transição da TVE com gerência da Acerp, para a TV Brasil. Programa de debate e entrevistas com diversas áreas, sobre assuntos variados, desde saúde, moda, literatura, comportamento entre outros.

Após o Sem Censura, observa-se um perfil dedicado mais a juventude com programas com temas mais variados que vão desde esportes radicais “+ Ação”, a música e artes no geral, com os programas “Estúdio Móvel” e “Diverso”, até séries de animação voltadas para um público mais adolescente, como “Pergunte a Lara” e “Zica e os Camaleões”. Nesse horário foi importada séries de ficção com foco nos adolescentes como Karku do Chile, Coisas de Alice - série Canadense e Dance Academy – série Australiana. Outros programas exibidos nessa faixa de horário são programas de conhecimento como “Conhecendo museus”, “Nova Amazônia” e “Cozinha Amazônica.” Essa é uma faixa mais aberta, onde são identificáveis programas tanto para adolescentes, quando para adultos. O Estúdio Móvel, programa sobre arte e cultura, busca o lado B das manifestações artísticas no Brasil, que normalmente não aparece nas emissoras comerciais, atende tanto a um público jovem que busca conhecer as novas tendências, quanto a um público mais adulto, pois trabalha com todo o tipo de arte, independente da idade do artista, região, etnia ou crença.

Na próxima faixa de programação de 19h30 às 21h, são apresentados programas que estimulem a reflexão e o debate sobre a sociedade, os meios de comunicação, política e cultura. Fazem parte programas como Direitos Humanos, Brazilianas.org, Observatório da Imprensa, + Direitos Humanos e o Ver TV. Nesse horário também estão inseridos o documentário, “Expedição Burle Max e Média Nacional, que exhibe filmes de média-metragem de vários gêneros brasileiros.

A segunda edição do jornal Repórter Brasil vai ao ar, dessa vez, produzido em Brasília e com uma hora de duração. Após o jornal, começam a ser exibidos programas variados de variados gêneros dentro da categoria arte, tais como “Arte do Artista”, “Nação”, “Matriarcas da Savana” e “Samba na Gamboa”. Os programas que fogem desse perfil, são o “Caminho da Reportagem” e “Espaço Público”, o último estreou em maio de 2014. Após essa faixa de programas, às 23 vai ao ar a primeira novela Angolana no Brasil, “Windeck”, com 90% dos seus personagens negros, novela líder de audiência na Angola e em Portugal, onde já foram exibidas. Durante a madrugada, até às 04h, alguns programas que foram ao ar naquele dia são reprisados,

como o Estúdio Móvel e o Sem Censura. Entre 04h e 06h da manhã são exibidos programas voltados para educação, como o Telecurso.

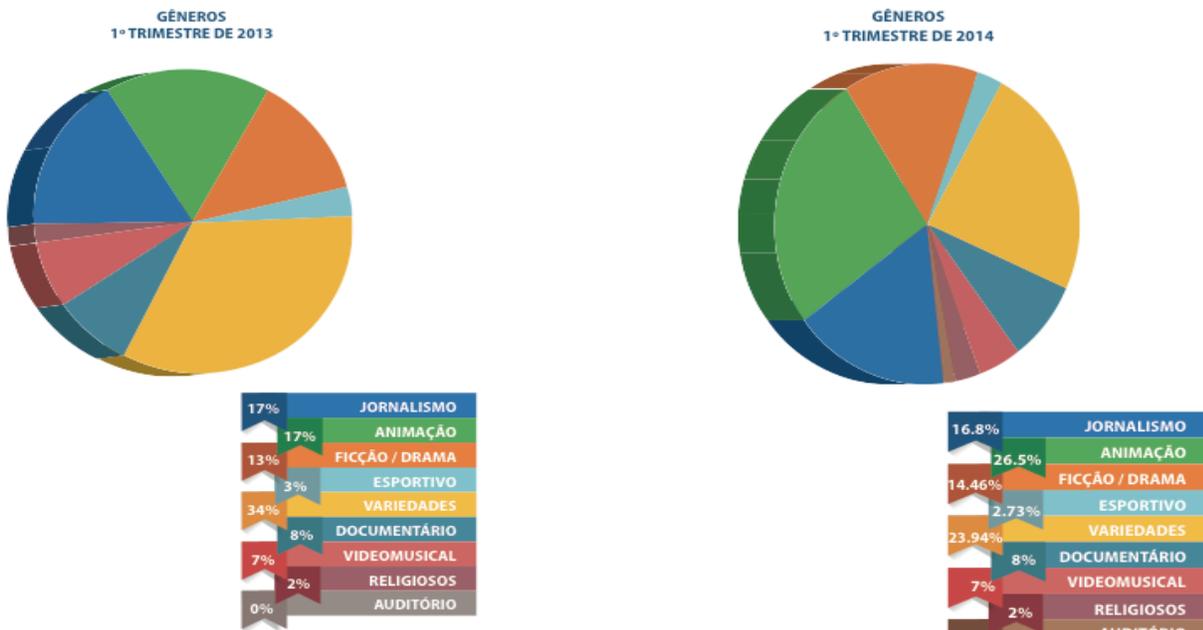
Ao observar a grade da TV Brasil observamos aspectos que a diferenciam das demais grades, como a quantidade de horas dedicadas aos programas infantis, mas a horizontalidade característica das emissoras comerciais do Brasil também é observada pela TV Brasil. João Carlos Aronchi, no livro *Gêneros e formatos na televisão brasileira* afirma que “A estratégia de grade horária da Rede Globo, que fixou no horário nobre basicamente dois ou três gêneros, fez outras as outras redes se adaptarem às conquistas da líder de audiência para atrair o restante do público” (ARONCHI, 2004, p. 62) Então, o que se observa é que em relação a estruturação da grade a emissora pública e comercial não são tão diferentes em sua composição geral. Mas é preciso levar em consideração que a grade é montada de acordo com os hábitos culturais de cada país. As novelas que são exportadas do Brasil nem sempre são exibidas no mesmo horário ou ocupam a grade do horário nobre de outro país. Desse forma, podemos compreender que a TV Brasil seguiu o fluxo dos hábitos culturais dos brasileiros. O que diferencia uma grade da outra pode ser observado na diversidade. Mas diversidade não significa transformar a grade de programação em uma colchão de retalhos com um pouco de cada religião ou preferência, por exemplo, mais do que isso, significa estabelecer pontes de diálogos diversas formas de pensar em um mesmo horário, em um mesmo programa a diversidade cultural está na presença real de diferentes grupos tratados com a mesma importância e prioridade. Posso citar o programa “+ Direitos Humanos” programa de auditório que debate uma série direitos e deveres da sociedade. Em um episódio sobre os direitos dos deficientes auditivos, os convidados, além dos especialistas no assunto, eram também os deficientes auditivos que expuseram sua opinião e experiências. Mais do que isso, aproveitaram de acordo com os seus limites (sentindo a vibração do tablado do palco) a apresentação de uma banda de rock durante o programa. Acredito que esse é um exemplo onde a diversidade está inserida de forma harmônica.

A programação é composta por diversos gêneros que podem ser de um ou mais formatos “A tentativa de classificar os gêneros da televisão já presume uma padronização de conceitos e de elementos identificáveis, típicos da chamada indústria cultural.” (ARONCHI DE SOUZA, 2003, p. 11). A combinação dos elementos programa-intervalo e comercial-emissora cria a identidade das redes, assim como a presença maior ou menos de um determinado gênero atrai certo tipo de

patrocinador e público. Por isso se identifica a programação com a emissora, exemplo, a Record ficou conhecida pelas séries, o SBT pelos programas de auditório, a Band pelo esporte, a Globo pelas novelas; a Cultura pelos programas culturais e infantis.”

Na TV Brasil, como foi dito o gênero com mais presença é a animação, o que confirma o interesse da TV Brasil em exibir conteúdo para um público infantil-juvenil. No gráfico comparativo abaixo, referente ao primeiro trimestre dos anos de 2013 e 2014 é possível perceber a ampliação do gênero animação de 17% para 26,5%, enquanto programas do gênero variedades teve uma diminuição de 34% para 23,9%. Esse perfil de programa reúne as atrações relativas às artes e ao tratamento, nem jornalístico, nem ficcional, da realidade do Brasil e do mundo.

Gráfico 2 – Gráficos comparativos: Gêneros

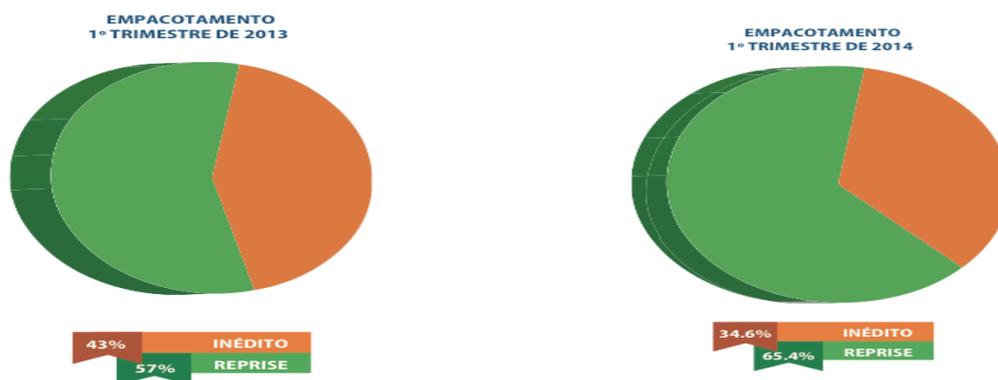


Fonte: Relatório Gerencial Empresa Brasil de Comunicação - Primeiro trimestre 2014

A diminuição do gênero Variedades é reflexo da redução da produção própria da TV Brasil. O ano de 2013, foi um ano com grandes modificações dentro da base da empresa. Houve a

saída completa dos funcionários da Acerp e a contratação de muitos funcionários públicos, por meio do concurso. Esse processo foi doloroso, pois a troca de funcionários não foi planejada da forma adequada, a diretoria da EBC que desde a criação da empresa tinha consciência do fim do contrato e prestação de serviços da Acerp, não se organizou de forma satisfatória para a transição. Com isso, a programação foi prejudicada (aumentou o número de reprises e diminuiu o número de produções próprias da emissora) e a forma como os novos funcionários públicos foram tratados, ocasionou no final de 2013 uma greve. Esse contexto pode ser observado na porcentagem de reprises que a emissora exibiu no primeiro semestre de 2014, alcançado a marca de 65,6% como demonstrado no gráfico 2. É importante observar, também, que a reprise significa um aumento na geração de conteúdo próprio sem significar os custos com novas produções, nesse caso, mais da metade dos produtos no ar no primeiro trimestre de 2014 eram reprises. O terceiro gênero mais presente na programação é o jornalismo. A TV Brasil tem como principal telejornal o Repórter Brasil com duas edições em rede nacional, a primeira ao meio-dia, com meia hora de duração e a segunda edição exibida às 21h, com uma hora de duração. O jornalismo recebe grande atenção da empresa e grande parte dos funcionários do concurso público estão locados nessa diretoria. O jornalismo é a área que mais utiliza as instalações dos estúdios, equipamentos, a infra-estrutura de uma forma geral da EBC, que por sua vez tem como prioridade atender a área do jornalismo em comparação as produções artísticas. Além dos jornais diários, a TV Brasil exibe o jornal Visual voltado a pessoas com deficiência e o Caminhos da Reportagem, programa jornalístico semanal, que exibe programas com vários pontos de vista sobre um mesmo assunto, em geral assuntos atuais e polêmicos.

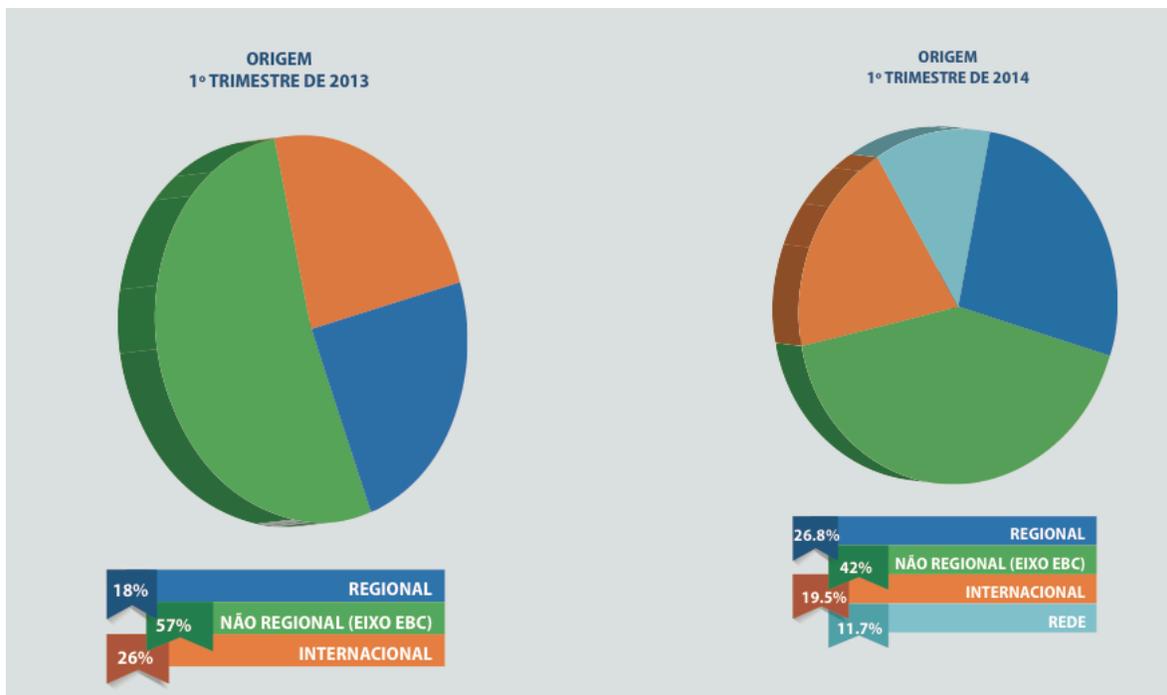
Gráfico 2 – Gráficos comparativos: Empacotamento



Fonte: Relatório Gerencial Empresa Brasil de Comunicação - Primeiro trimestre 2014

O Plano de Trabalho dos veículos da EBC para 2014 foi o primeiro integralmente desenhado com base nas novas Diretrizes de Conteúdo e Programação. Estes parâmetros foram aprovados pelo Conselho Curador no final de 2013. Estas “Diretrizes para Conteúdo e Programação dos Veículos Público da EBC” respondem a uma solicitação apresentada pelo Diretor-Presidente Nelson Breve no seu discurso de posse. Na ocasião, dezembro de 2011, ele dizia que a EBC estava em sua “segunda infância. Neste ciclo, a criança EBC formará sua personalidade e mostrará com mais intensidade seu valor como bem público. Para isso, terá que fortalecer seu sistema de produção de conteúdos, sua estrutura de distribuição, sua rede de parcerias, seu modelo de financiamento e sua organização administrativa”. Isso pode ser observado no gráfico abaixo em que há um aumento do percentual de programas de redes parceiras, das produções regionais e uma diminuição de produções próprias.

Gráfico 3 – Gráficos comparativos: Origem



Fonte: Relatório Gerencial Empresa Brasil de Comunicação - Primeiro trimestre 2014

De forma geral, nas emissoras públicas observa-se a lógica da programação seguindo o conceito de serviço público, tal como formulado na Europa Ocidental, que pressupõe o atendimento de necessidades fundamentais da população. Leal Filho (2006) destaca duas vertentes básicas: “à cidadania, procurando elevar as condições de participação dos cidadãos na vida democrática, e a da cultura, servindo como disseminadora da riqueza linguística, espiritual, estética, e ética de povos e nações.”. Para Jonas Valente, nas emissoras públicas o modelo de programação é construído a partir de um consenso de cunho ideológico formados a partir das disputas pelo controle e pela gestão do aparelho público. Além das disputas internas no processo de elaboração editorial, Valente, levanta outro elemento de interferência na programação de uma emissora pública, o controle. O resultado dos intensos processos conflituos de elaboração editorial, definição dos programas e avaliação dos seus resultados, envolvem não apenas as forças incidentes diretamente da emissora, mas também o controle de outros aparelhos reguladores e fiscalizadores, e principalmente o próprio público nos canais possíveis de retorno e opinião. Segundo Leal Filho (2006) duas dentre as muitas facetas da televisão, é ser tratada como indústria e fenômeno sociocultural, “são duas faces do prisma, que nos remetem à questão do controle e do financiamento da televisão. Ou de forma mais simples, quem paga controla, e, ao controlar, determina os padrões da programação, seu ritmo, sua organização”. (LEAL FILHO, 2006, p.15)

Em uma análise dos canais públicos na América Latina feita por Valério Fuenzalida (2002) ele afirma que a programação relaciona três vértices de um triângulo. O primeiro vértice está relacionada à missão e à finalidade da emissora. O segundo vértice é aquele que compreende a oferta de conteúdos aos públicos destinatários. O terceiro vértice envolve a programação como elemento de obtenção de recursos de sustentabilidade do canal.

Dessa forma, o processo de programação específica em um determinado canal público também é, afinal, uma estratégia competitiva, com decisões particulares provenientes da missão de serviços públicos atribuída ao canal, e também das condições próprias dos canais de competição em cada país, e adaptadas aos interesses de cada audiência em particular (FUENZALIDA, *apud* VALENTE, p. 16)

Ainda segundo o autor Fuenzalida (2002) ele identifica três matrizes de programação das emissoras públicas da América Latina: as bases educativa-formal, de “alta cultura” e debate acadêmico e a da propaganda político-governamental.

A primeira se relaciona à veiculação de conteúdos pedagógicos para suprir as demandas de educação em larga escala durante o período de rápida industrialização. Esta base foi a dominante no primeiro período da TV Pública no Brasil, que durou de 1967 até 1981 com os diversos telecursos voltados ao ensino formal, que até hoje perdura na programação dessas tevês

A segunda matriz, denominada por Fuenzalida (2002) como de “alta cultura” e debate acadêmico, parte do pressuposto de que essa tevê não deve apenas educar, em sentido estrito, mas também levar a ela o acúmulo cultural elaborado pelo conjunto da sociedade. Essa matriz foi implantada no caso da BBC de Londres a partir de um projeto de classe média londrina e exportada para a América Latina. Para Laurindo Leal Filho (1997) essa matriz possui claro componente elitista. Fuenzalida (2002) indica que esta referência vem sendo gradualmente questionada, uma vez que não cumpre uma real demanda dos telespectadores das TVs públicas.

A terceira matriz diz respeito à propaganda político-governamental, teve seu surgimento nas ditaduras políticas que geriram algumas mídias públicas em nosso continente. Contudo, mesmo com o processo de redemocratização, ainda não podemos dizer que essa prática foi eliminada das TVs Públicas.

Na TV Brasil os conteúdos educativos ocupam ainda um lugar na grade da programação, no entanto, o horário é de madrugada entre 04h e 06h, são os telecursos realizados pela fundação Roberto Marinho, um dos organismos ligados às organizações Globo. Para Jonas Valente (2009) por mais que a matriz educativo-formal não tenha mais centralidade na grade de programação da TV Brasil, estes conteúdos continuam necessários para a complementação do ensino experimentado nos bancos escolares. No entanto, o que se espera é que a EBC assuma a produção desse tipo de programas, com uma nova estrutura e parcerias com o ministério da Educação, por exemplo, para melhor produzir, aproveitar esses produtos nas instituições de ensino e não apenas para preencher a grade da TV. A segunda matriz apresentada pelo autor Fuenzalida, ainda encontra-se presente na TV Brasil, programas como Arte do Artista, Partituras, Revista do Cinema Brasileiro, Brasilianas. Org., Ver TV, mas observa-se também a presença de programas com um perfil de cultura popular, como o Aglomerado, apresentado pelo MV Bill, direto da CUFA, Central Única das Favelas, ou programas como Cultura Ponto a ponto, que percorre os pontos de cultura pelo país. A organização dos programas culturais demonstra a tentativa de contemplar diversas de linguagens artísticas, isso consegue ser visualizado melhor com a música,

ritmos mais populares, como o samba tem o programa Samba na Gamboa, a TVE produzia o programa Grande Música sobre música clássica, após o fim do programa, foi criado o programa Partituras, músicas de raiz possuem espaço com Viola, minha Viola e Visceral Brasil – as veias abertas da música, Segue o Som, programa que era produzido pela TVE e depois pela TV Brasil e agora está em processo de negociação é um programa que abre as suas portas para todo o tipo de ritmo. O programa Estúdio Móvel tem sempre a apresentação do perfil musical de algum artista em atividade independente do ritmo. O programa Exílio e Canções, apresentado por Sérgio Britto, discute arte, música e literatura no contexto do exílio. A única coisa que não se observa na TV Brasil é a presença de artistas que com perfil comercial, pois esse perfil já tem o espaço para apresentar o seu trabalho nas outras emissoras, enquanto que outros artistas mais desconhecidos não tem. A TV Brasil incluiu como estratégia de programação a cobertura, ao vivo, de grandes eventos populares, tais como, o Carnaval de rua e a festa de São João. Com o slogan “TV Brasil: a TV do Brasil” e com a descrição dos programas exibidos pela emissora observa-se a intenção de não priorizar programas apenas de “alta cultural”, mas sim, abrir espaço para as demais vozes que compõe a cultura brasileira, no entanto, os programas de “alta cultura” parecem ter um lugar cativo na programação das emissoras públicas. A terceira matriz indicada pelo Fuenzalida (2002) no atual momento, não tem presença na grade da TV Brasil, pois isso iria contra um dos princípios elementares da radiodifusão pública, a autonomia editorial, mas devido a estrutura da gestão e do financiamento, não há garantia de uma não alteração do atual quadro. Aspectos como a terceira matriz apresentada pelo autor diminuíram a credibilidade das emissoras públicas no passado, reflexos dessa falta de credibilidade podem ser vistas ainda hoje através da baixa audiência e por associações da TV Brasil como emissora do governo.

3.3 CRITÉRIOS PARA ELABORAR A PROGRAMAÇÃO

No relatório da UNESCO (2001) ao traçar uma linha norteadora para a programação das emissoras públicas, eles enfatizam que essa é uma tarefa muito difícil, uma vez, cada país tem necessidades, culturas e dificuldades diferentes, orçamentos e políticas diferentes. Fatores determinantes para o desenho da programação de uma emissora pública. Por ser um serviço público de radiodifusão, financiado pelo público, a expectativa quanto a categoria informação é alta. Alguns aspectos gerais em relação ao tipo programação foram pontuados pela Unesco, tal

como: uma emissora pública precisa ter programas que apresentem informações esclarecedoras e parcial.

As emissoras públicas devem fornecer informações que permitam os ouvintes formar a idéia mais justa possível dos acontecimentos; se não objetivo, as informações devem pelo menos ser imparcial (...) A informação transmitida pela radiodifusão pública deve ser tratada com uma preocupação com a explicação e análise aprofundada para esclarecer os cidadãos sobre as questões e, com isso, enriquecer a vida democrática. Muitas vezes, é esta capacidade de agir como uma referência na área de informação que traz a público a reconhecer a importância e o papel da radiodifusão pública, e se identificar com ele. (UNESCO, 2001, p. 17)

Programas de interesse geral e de serviço, não restringindo a informação a noticiários, programas que permitam o cidadão muitas vezes lidar com assuntos de interesse atual ou prático para as pessoas. Estes programas, que abordam questões de consumo ou coletivas, dar conselhos práticos, discutir questões de saúde, divulgar os serviços da comunidade, etc., tornar-se um serviço oferecido ao público de radiodifusão pública. Outro aspecto levantado pelo UNESCO (2001) é produção e veiculação de programas que mais para frente tornariam referência pública devido a qualidade, deixando a sua marca. Essa é a visão da TV Brasil, torna-se referência na comunicação pública. Como apresentado no início desse capítulo a relação da cultura com a comunicação não é algo simples. A Unesco aponta três níveis de ação da mídia na área cultural. Primeiro, a rádio e televisão devem promover as artes e culturas, difundindo obras e produtos culturais existentes, segundo oferecer suporte para a criação de obras originais no campo das artes. E terceiro, apresentar programas de entretenimento destinados a um público vasto, mas com cuidado para fazê-lo de forma diferente das emissoras comerciais.

É possível apresentar mostras de jogo que são ao mesmo tempo informativo e divertido. Dramas, mesmo com um orçamento baixo, também oferecem uma oportunidade para tratar de assuntos contemporâneos de interesse para as pessoas; drama histórico pode servir para ensinar sobre o passado e, portanto, iluminar o presente. A missão educativa da radiodifusão pública não deve ser exagerada. Devemos ter em mente que os meios de comunicação e televisão em particular, não são cursos noturnos. (UNESCO, 2001, p.19)

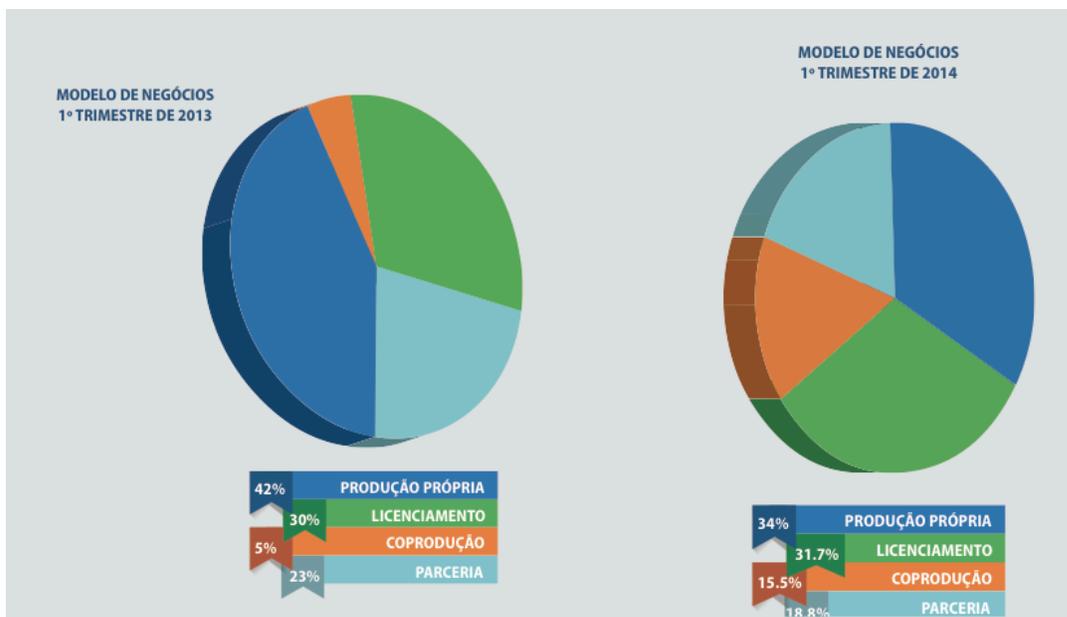
A TV Brasil tem muitos programas que trabalham a cultura, mas muitos deles estão no primeiro nível onde são difundidos as obras e produtos culturais existentes. Ainda são poucos os programas que falam de arte sem ser de uma forma mais de apresentar a arte do que incorporar ela no programa, e a partir disso produzir um novo produto. Assim como as questões étnicas e regionais, a TV Brasil exhibe programas, documentários sobre negros, índios, latino-americanos, entre outros, mas poucos são os programas, em que esses grupos não são apresentados e sim,

incorporados, a partir de um terceiro elemento a sua arte ou cultura serem disseminada, exemplo, o programa Culinária Amazônica, são receitas práticas que o restante do Brasil muitas vezes não tem conhecimento exibida como um recorte para um programa de culinária. O programa é sobre culinária e não a cultura do estado do Pará, mas ela vai ser apresentada da mesma forma. A mais recente novela Windeck cumpre um pouco desse papel apesar de ser estrangeira, importada da Angola, a novela tem 90% do seu elenco negro, o que faz com que esse grupo racial e étnico aumente a sua auto estima como grupo e se sintam representados.

O relatório da Unesco (2001) ressalta que as emissoras não devem ser programadores apenas, adquirindo produtos audiovisuais e retransmitindo. Os programas veiculados nas emissoras públicas devem ter um cuidado especial. Essa exigência implica que os produtores da emissora devem estar envolvidos com a produção audiovisual para garantir que os programas estarão adequados aos objetivos da emissora e principalmente, com o passar do tempo e com amadurecimento da produção interna da emissora, uma assinatura de identidade vai sendo desenhada e experiência na área de comunicação pública vai sendo elaborada.

A TV Brasil vem caminhando para o lado oposto, diminuindo a sua produção própria e aumentando as parcerias, licenciamentos e coproduções. Como indicado no gráfico 4.

Gráfico 4 – Gráficos comparativos : Modelo de Negócios

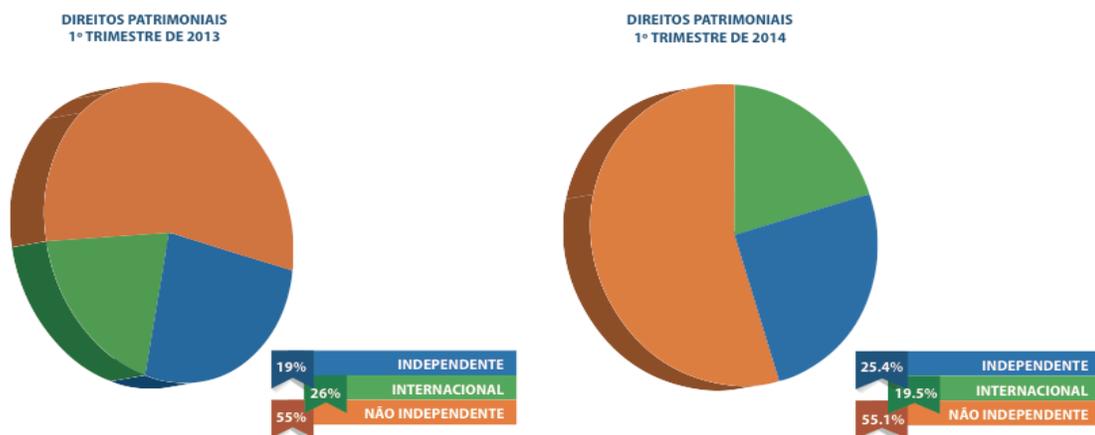


Fonte: Relatório Gerencial Empresa Brasil de Comunicação - Primeiro trimestre 2014

Por fim, a Unesco (2001) pontua que mais do que qualquer outra programação de radiodifusão, a emissora pública deve apresentar como prioridade conteúdo nacional. Isso não significa que as produções estrangeiras devem ser excluídas, no entanto, de acordo com o seu papel como um fórum público, as emissoras públicas devem promover a primeira expressão de idéias, opiniões e valores atuais da sociedade onde se inserem. Mas não indica que não é necessário colocar qualquer programa no ar apenas por ser nacional, é preciso diferenciar e não tornar uma regra a identificação de qualidade com conteúdo nacional, pois nem sempre eles são sinônimos.

Os programas juvenis que são exibidos pela TV Brasil já foram reprisados diversas vezes e sofrem críticas quanto a exibição deles. O mercado internacional de programas é muito mais desenvolvido. Em certos gêneros, como ficção, é mais barato comprar programas estrangeiros do que para produzir um próprio. No entanto, a emissora pública deve se perguntar se esses dramas internacionais são essenciais para a programação que quer oferecer e compatível com as suas missões. Para Unesco (2001) na maioria das vezes, eles provavelmente devem ser considerados complementares. Esse é o caso da TV Brasil, a crítica maior não é ter programas internacionais, mas 90% dos programas dessa faixa de horário e público destinado são internacionais, dessa forma os programas internacionais não são complementares, são a única opção disponível.

Gráfico 5: Gráficos comparativos – Direitos Patrimoniais



Fonte: Relatório Gerencial Empresa Brasil de Comunicação - Primeiro trimestre 2014

Outro fator importante na grade de programação das emissoras públicas é a ampliação de espaços para veiculação de produções que não encontram lugar nas TVs comerciais, tais como, produções independentes, produtos audiovisuais sem fins lucrativos, novos formatos que não teriam espaço devido à lógica comercial e da audiência. Para o coletivo Intervozes (2009) a ampliação de veiculação dessas modalidades de programas depende não só de um novo modelo de produção, mas também de um novo modelo de formação da grade e veiculação. Ressalta que estes novos modelos devem ser diferentes para cada tipo de TV pública, mas devem ter em comum a busca de valores como diversidade (em termos de origem regional, temas etc.), pluralidade (de opiniões e pontos de vista e de formatos) e inovação. Para a TV Brasil, em documento interno da empresa onde foi feito um balanço e apontado perspectivas tais como, “A regionalização da programação é posta para além de uma obrigação legal; passa a ser estratégia de diferenciação e inovação.”

A presença da produção independente e regional é, no caso das TVs públicas, parte de sua missão, mais do que uma simples obrigação a ser assumida. A TV pública é, por excelência, o espaço que pode ampliar o número de produtores com acesso a janelas de exibição, e deve funcionar como caminho para escoamento da produção hoje realizada e não exibida, além de estimular a produção por grupos sociais que hoje não são produtores. (Intervozes, 2009 p. 12)

Outro aspecto importante como parte da estrutura da TV pública é a participação cidadã na construção da programação. Assim, não se trata apenas de abrir espaços, mas de estimular e fortalecer processos em que a sociedade se reconheça naquela emissora. Esse estímulo pode se dar pela combinação de mecanismos tais quais: editais periódicos para produções independentes, a TV Brasil até agora realizou apenas um edital. Foi aberto pitching para o realizar o programa sobre “Diversidade Religiosa: Panorama” o resultado saiu em janeiro de 2014. Outra forma de contribuir para a participação pública é através da abertura de espaços para programetes ou pequenas inserções produzidas por cidadãos e cidadãs, em relatório interno, foi externado que essa é uma das metas a serem cumpridas, no entanto, ainda não tem programas nesse perfil na TV Brasil. No entanto, a TV Brasil tem na sua grade o programa “O Público na TV” é um programa produzido pela Ouvidoria da Empresa Brasil de Comunicação (EBC). A pauta do programa é baseada nas respostas dadas pela Ouvidoria às críticas e sugestões do público que acompanha a programação e o conteúdo dos veículos da EBC, gestora da TV Brasil, Agência Brasil, Radioagência Nacional, oitos emissoras de rádios e EBC Serviços. Em balanço feito pelo

conselho curador foi estabelecido que a EBC aprimorasse seus mecanismos de relacionamento com os produtores de conteúdo e o mercado, em especial com o produtor independente, fazendo do Banco de Projetos e os Pitching as portas de entrada de seus conteúdos. Nesse sentido, a EBC, informou que ia aprimorar os mecanismos de divulgação, disponibilizando mais informações, por meio de uma cartilha ou de um hot site, sobre todas as formas de participação da sociedade em relação à EBC. Estarão contemplados não apenas os produtores de conteúdo, que poderão saber sobre o Banco de Projetos, os licenciamentos, as coproduções e parcerias, etc., mas também a sociedade como um todo poderá acessar e conhecer melhor os mecanismos de participação, como a Ouvidoria, o Conselho Curador, audiências públicas, entre outros instrumentos. Como pode perceber, esses mecanismos estão nos projetos de elaboração ou melhorias, essa é ainda uma área que precisa ser trabalhada e realmente colocada em prática, pois é parte indispensável de uma emissora pública de qualidade.

O Coletivo Intervezes (2009) destacou ainda que a construção de novos modelos de exibição passa também pelo desenvolvimento de modalidades de compartilhamento entre as emissoras. Entre as possíveis iniciativas nesse sentido estão: criar um banco de dados comum para facilitar o intercâmbio de material; estabelecer uma central que receba e avalie produções independentes, a serem aproveitadas pelas emissoras de perfil adequado, a TV Brasil conta com o mecanismo do Banco de Projeto, no entanto, com uma fatia pequena do orçamento da emissora, mas que após relatório do conselho, indicou uma mudança nesse aspecto, prometendo investir mais nesse mecanismo.

3.4 AUDIÊNCIA X QUALIDADE

Nas emissoras comerciais, um dos aspectos que indicam se o programa está alcançando a visibilidade desejada é a audiência, ela é o termômetro do sucesso do programa. Nas emissoras públicas a audiência não é a finalidade, o compromisso da emissora é com conteúdos de qualidade, mas como avaliar se um conteúdo exibido pode ser considerado de qualidade?

A qualidade, passa assim, ser um dos meios para avaliar se a emissora pública vem cumprindo o seu papel instituído por lei. Para isso, no entanto, não basta avaliar a parte estética e técnica da emissora, é preciso observar aspectos mais estruturais como transparência na gestão,

autonomia editorial e financeira, diálogo e participação do sociedade. Arlindo Machado (2010), afirma que *Qualidade* é hoje uma palavra-chave na área dos estudos de televisão, embora não seja um conceito fácil de definir e utiliza os estudos de Geoff Mulgan, no livro *The question of quality*, para enumerar algumas acepções da palavra qualidade no universo da comunicação e audiovisual.

“Qualidade pode ser (1) um conceito puramente técnico, a capacidade de usar bem os recursos expressivos do meio: a boa fotografia, o roteiro coerente, a boa interpretação dos atores, a indumentária de época convincente etc. Esse conceito encontra-se difundido principalmente entre os profissionais que fazem televisão. Na direção contrária, qualidade pode ser (2) a capacidade de detectar as demandas da audiência (análise de recepção) ou as demandas da sociedade (análise de conjuntura) e transformá-las em produto, abordagem predileta dos comunicólogos e também dos estrategistas de *marketing*. A qualidade pode ser também (3) uma particular competência para explorar os recursos de linguagem numa direção inovadora, como o requer a abordagem estética. Já a abordagem que Mulgan chama de “ecológica”, identificada com o ponto de vista dos educadores e religiosos, prefere privilegiar (4) os aspectos pedagógicos, os valores morais, os modelos edificantes e construtivos de conduta que a televisão está potencialmente apta a promover. Mas se a televisão é vista como um ritual coletivo, a qualidade pode estar (5) no seu poder de gerar mobilização, participação, comoção nacional em torno de grandes temas de interesse coletivo, abordagem melhor identificada com o ponto de vista dos políticos, sejam eles de esquerda ou de direita. Outros, pelo contrário, podem encontrar mais qualidade (6) em programas e fluxos televisuais que valorizem as diferenças, as individualidades, as minorias, os excluídos, em vez de a integração nacional e o estímulo ao consumo. Por fim, se é difícil conciliar tantos interesses divergentes, a qualidade pode estar (7) simplesmente na diversidade, o que significa dizer que a melhor televisão seria aquela abrisse oportunidades para o mais amplo leque de experiências diferenciadas.”
(Mulgan *apud* Machado, 2010)

Nelson Hoineff (2003) pontua que de uma forma geral, a TV de qualidade não é, necessariamente, uma TV que coloca no ar uma bela sinfonia ou uma bela peça de teatro, isso contribui para a qualidade, se em uma visão macro, esse tipo de programação complementa e completa uma programação plural e diversificada. Ele destaca que a TV pública deve abrigar, principalmente, novas formas de experimentar linguagens e desenvolver os próprios modelos narrativos. Dessa forma, a pluralidade de informações, formatos e conteúdo, são predicados essenciais da emissora pública no Brasil.

Ainda nesse aspecto, Lúcio Mesquita (2003) complementa, a TV pública de qualidade não é a TV que concentra programas que as TVs comerciais não querem produzir, por não serem economicamente interessantes. A TV pública de qualidade é aquela que pode e deve produzir formatos já utilizados pelas emissoras comerciais, tal como programa de auditório, no entanto, com liberdade e isenção para inovar e ousar, que não torne apenas sucesso de público, mas

principalmente, referência para as demais emissoras comerciais. Ele usa como exemplo o programa infantil Castelo Rá-Tim-Bum da TV Cultura:

Quando a TV Cultura apostou e investiu num programa infantil de altíssima qualidade, o Castelo Rá Tim-Bum, ela provou que as crianças brasileiras eram mais do que capazes de notar a diferença entre aquele programa e o festival de mulheres seminuas e desinformação que se passava por televisão infantil. Quando as emissoras comerciais perceberam que estavam perdendo audiência para a TV Cultura, elas procuraram mudar o estilo e melhorar o que faziam. (MESQUITA, 2003, pg. 40)

Em uma pesquisa divulgada em janeiro de 2014 pelo Instituto Populus sob encomenda da emissora britânica BBC, a TV Cultural ganhou medalha de prata na disputa entre as 66 principais redes de televisão de 14 países, ficando atrás apenas da BBC One. enquanto que a TV Brasil ficou 32º lugar no ranking geral e em terceiro no cenário brasileiro, atrás da TV Cultura e da TV Globo (28º).³⁹⁴⁰

Como pode perceber existem várias formas de considerar uma televisão de qualidade. O que a emissora pública precisa ter sempre em mente é que ela existe em função das necessidades do público, buscando suprimir as lacunas que os modelos comerciais ou estatais não podem cumprir.

A respeito do aspecto estético, Eugênio Bucci (2010) enumera algumas bandeiras que a emissora pública deve buscar, mas ressalta, que só é possível pensar em na parte estética, se a independência da emissora for “compreendida, demarcada e praticada”. De acordo com o autor, a TV Pública deve *almejar o invisível*, ou seja, investir na experimentação da linguagem e não “compactuar com a ilusão essencial do entretenimento”. Para Bucci, é preciso ir além do que é visível, conhecimento, razão, entendimento e expressão das ideias são alguns conceitos abstratos que a emissora deve focar. *Desmontar a oferta do gozo pré-fabricado* “a tv pública deve problematizar o ciclo gozo do olhar, a oferta central da indústria de entretenimento”(BUCCI, 2010) Desmontar essa oferta é oferecer o diferente, é deixar de insistir nas mesmas sensações que

³⁹ <http://exame.abril.com.br/estilo-de-vida/noticias/tv-cultura-tem-2a-melhor-programacao-do-mundo-diz-pesquisa>

⁴⁰ O estudo, chamado “Internacional Perceptions of TV Quality”, foi feito com base em questionários online respondidos no período entre 30 de setembro e 18 de outubro de 2013, por 500 pessoas maiores de 18 anos em cada país. Elas tiveram que responder sobre o nível de qualidade da programação da TV em geral e sobre a qualidade em relação a cada um dos principais canais do território nacional. A Globo, segunda representante brasileira no ranking, ficou no 28º lugar. A TV Brasil está em 32º, Bandeirantes, em 35º, Record apareceu em 39º e SBT, no último lugar entre as emissoras tupiniquins, ficou em 40º. A Rede TV! não entrou na lista. Na disputa geral, o Brasil teve um resultado mediano, ficando em 6º lugar, com aprovação de 45% dos participantes. Em primeiro lugar, está o Reino Unido (72% de aprovação), seguido por Emirados Árabes Unidos (69%) e Estados Unidos (61%).

as emissoras comerciais. *Buscar o conteúdo que não cabe na TV comercial, emancipar em lugar de vender*, para Bucci não deve buscar a todo custo um público ou criar um telespectador cativo. Para Eugênio Bucci (2010), o papel da televisão é outro, é o de tornar o sujeito suficiente autônomo para um dia poder se libertar da televisão ou observar de forma crítica as grades das emissora.

O negócio da televisão pública não é entretenimento e, indo mais longe, não é sequer televisão: é cultura, é informação, é liberdade. Para a televisão comercial, o meio é um fim em si. Para a pública, o meio é uma possibilidade em aberto. (BUCCI, 2010)

E por último, *Desvencilhar-se do medo do "chefe"*, para Bucci (2010) os administradores da TV pública vivem amedrontados com a ideia de que vão perder telespectadores, na verdade, a falta de público não deveria assustá-los, para a TV pública, só um caminho é possível: não competir com a televisão privada, não copiá-la, inclusive nesse aspecto, pois é só quando os administradores e produtores deixarem de temer a falta de audiência, é que conseguiram finalmente ousar na programação.

Se o binômio da emissora comercial é audiência-publicidade, o da emissora pública é diferenciação-diversidade, onde os conceitos elaborados pela Unesco (2001) são algumas premissas que são seguidas, lembrando que a TV pública precisa ser acessível a todos (universalidade) e antes de tudo, independente.

O assunto é audiência vs qualidade gera muita polêmica e divergências entre os estudiosos do meio de comunicação público. Na Europa, a televisão nasceu pública e só bem recentemente houve uma migração e abertura para as privatizações de emissoras, enquanto no Brasil aconteceu o oposto, a hegemonia é das emissoras comerciais e só bem recentemente que as emissoras públicas se juntaram em busca de um fortalecimento do setor. Com isso, podemos dizer que o público Europeu é habituado com os formatos públicos e no Brasil os telespectadores estão habituados com o formato comercial, de entretenimento. A autora Meijer (2005) em seus estudos, explora os obstáculos das emissoras públicas em relação ao dilema audiência vs qualidade. Ela afirma que, ao contrário da maioria das opiniões a respeito do audiência, ela acredita que os objetivos das emissoras públicas (fazer programas de qualidade, fornecer informações e estimular a democracia nos cidadãos) serão melhores alcançados se adotados a noção de “impacto”, avaliando a atuação das emissoras não apenas pela qualidade e relevância do conteúdo que produzem e exibem, mas pela recepção obtida junto ao público pretendido e pelo

impacto produzido pela população. Para isso, ela acrescenta mais um perfil de telespectador, o “desfrutador”, não é apenas um consumidor e nem um cidadão. Ela orienta as emissoras a encarar os cidadãos, não apenas como indivíduos a serem envolvidos no processo democrático, mas como receptores com demandas simbólicas lúdicas e estéticas a serem satisfeitas.

O estudo da Irene Costera Meijer, nos coloca de frente com outro problema, a TV Brasil sabe quem é o seu telespectador? Quais são os grupos de que devem se identificar com a emissora? E como fazer eles se identificarem?

Esse conhecimento do público é indispensável ao se pensar em fazer uma programação de qualidade, com impacto e fugindo da produção de programas que não signifiquem nada para a sociedade. É verdade, que cabe a televisão pública apresentar novos formatos e modelos para que a população aumente o seu capital cultural e o horizonte de conhecimento, no entanto, através de um estudo mais aprofundado é possível traçar linhas de interesses mais específicas, compreender as lacunas de informação e produzir programas de qualidade. Sempre levando em consideração, alguns aspectos das emissoras comerciais que as emissoras públicas devem fugir, assim como foi apresentado no primeiro capítulo, tais como *circulação circular da informação* e *mingau homogêneo* de conteúdo, onde as emissoras exibem as mesmas coisas devido a concorrência entre elas e a busca pela audiência/publicidade. A busca por conteúdos com tons espetaculares apenas para atrair a atenção do público também deve ser evitado, assim como a reprodução de *ideias feitas*, aceitas por todo mundo, banais, convencionais, comuns. Eliminar aspectos como *fast-thinkers* que se propõe ao *fast-food cultural* e a *censura invisível* de conhecimento para privilegiar alguns setores da sociedade.

Um dos pontos altos da programação da TV Brasil foi a exibição da Série C de campeonato de futebol. No sentido de fortalecer os laços dos veículos da EBC com o Brasil que não costuma aparecer nas redes nacionais, foi transmitida a Serie C do futebol brasileiro em 2013 tanto nas emissoras de TV, quanto pelo Radio, bem como na internet, especialmente nas redes sociais. O resultado foi bem positivo. A TV Brasil mobilizou os torcedores que (muitos pela primeira vez) viram seus times em rede nacional. Em Pernambuco, as medições do IBOPE indicaram que a TV Universitária atingiu índices de audiência inéditos no Grande Recife: por seis finais de semana consecutivos, alcançaram o primeiro lugar, ao mostrar as partidas decisivas do campeonato. São exemplos como esse que mostram que existem muito a ser exibido pela

emissora pública, quanto mais houver uma dedicação em se observar as necessidades dos telespectadores, até mesmo em programas voltados para o entretenimento, mas que não existe espaço nas emissoras comerciais, a repercussão e o impacto vão ser positivos e a emissora pública vai cumprir com a sua missão.

Nádia Rebouças (2003) no documento, “O desafio da TV Pública” levantou esse questionamento, e com algumas indicações de pesquisas feitas em 2002 pela antiga TVE do Rio de Janeiro, ela apresenta um telespectador da emissora do “campo público” confuso, “onde 74% consideram a TVE como excelente. Mas, na hora que a pesquisa pede para descreverem os programas preferidos, os números não batem”. Então, desconfia-se que muitos deles não conheciam os programas, mas não queriam passar uma imagem negativa, dizendo que não conhecem a emissora. Pois na época a TVE era, assim como a TV Cultura continua sendo, ícones nas cabeças das pessoas, que dizem que assistem, que gostam, mas na verdade, não conhecem a programação da emissora. Dessa forma, Nádia Rebouças, levanta essa proposta de investimento mais forte no marketing da empresa pública, para a população ter conhecimento de que existe uma alternativa na TV aberta além, do que ele já conhece. A sociedade brasileira, utiliza a televisão sem guias de programação, pois não precisam, a maioria sabe a programação da TV Globo, a partir dessa programação é que eles tem uma noção do que podem assistir nos outros canais. É preciso tornar mais transparente, as estratégias da emissora pública, bem como o objetivo que o telespectador vai alcançar se optar pela TV Brasil. Se eu escolher a Globo sei que vou ter novelas de qualidade, assim como se eu escolher a TV Cultura, programas infantis, culturais e de conhecimento vão estar a minha disposição. E se eu escolher a TV Brasil? O que vai ser oferecido? Qual é o a identidade e por consequência marca da que a TV Brasil está formando? Hermano Viana, no mesmo documento “ O desafio da TV Pública”, levanta outro aspecto presente no Brasil, o jornalismo sobre TV, e apontou duas tendências: a da fofoca, sobre o que ainda vai ao ar, resumos das novelas, programas. Ou, na outra ponta da tendência, críticas ferozes onde como o próprio Hermano Viana aponta “parecem preferir um mundo sem TV comercial, sem imagens ou sem mercado. Nesses tipos de crítica, a TV só é boa quando é mais parecida com o cinema ou com o teatro. Não existe atenção para a especificidade da TV”. Hoje cada vez mais encontram-se blogs que abordam o assunto TV pensando as especificidades do meio, isso é importante, críticas bem argumentadas e elaboradas contribuem para o

fortalecimento e melhoria do setor. Para mudar um quadro que é comum de se encontrar no Brasil, “essa é a síndrome do país, que vê tanta TV, com voracidade impressionante, e, ao mesmo tempo declara que não é bom ver TV” (Viana, 2003, p. 91). A TV Brasil nesse sentido apresenta dois programas que tem como propósito a discussão da televisão, da imprensa, são os programas “Ver TV”, apresentado pelo Laurindo Lalo Leal Filho, intelectual de saber notório sobre televisão e que contribuiu para a elaboração da TV Brasil e “Observatório da Imprensa” apresentado Alberto Dines, que por sua vez afirma “só uma televisão pública, com espírito público, poderia assumir essa responsabilidade e até risco, de trazer o debate sobre a mídia para a sociedade”

De uma forma geral, a discussão sobre televisão, precisa sair do âmbito do Mistério das Comunicações, e assumir que a televisão precisa de iniciativas e projetos elaborados, ou estudados em conjunto com o Ministério da Cultura, da Educação e da Ciência e Tecnologia, por exemplo. A televisão é um dos elementos centrais da cultura brasileira e deve ser assumida como para assim, evoluir e produzir programas que se tornem referência, não apenas para as emissoras públicas, mas para as demais, elevando o nível da qualidade de uma forma geral, no final, quem ganha com essas parcerias é a sociedade que terá a sua disposição um leque de informações sem os vícios das emissoras comerciais.

CONCLUSÃO

Após esse estudo percebo a importância da implantação da emissora pública nas sociedades democráticas. Esses serviços de radiodifusão contribuem para o fortalecimento da diversidade e principalmente da democracia. No Brasil, apesar do campo público de radiodifusão ter se desenvolvido de forma marginal ao comercial, ele está cada vez mais organizado e procurando mecanismos para se fortalecer. A TV Brasil é uma consequência desse movimento. No entanto, ainda existe um longo caminho pela frente. E assim, como foi tortuoso o caminho para a construção da TV Brasil, provavelmente os próximos passos também o serão, uma vez que, o que realmente está em jogo é uma intensa disputa de poderes e interesses.

A questão central desse trabalho era descobrir se a TV Brasil estava conseguindo materializar a sua missão de emissora pública. Após todos os estudos realizados, podemos concluir que a TV Brasil, está no caminho de se tornar uma emissora pública de fato. A gestão é o ponto crítico da atual fase. Alguns aspectos de sua estrutura são determinantes, tais como o vínculo direto com o Poder Executivo e as nomeações da diretoria por parte do governo federal. Se a autonomia é o elemento principal e diferenciador de uma emissora pública para as demais, não adianta construir conselhos e dizer que é independente, quando na realidade não é bem assim que acontece. Não que haja interferência direta do governo em assuntos do cotidiano da TV Brasil, mas o grande problema é a falta de continuidade dos seus projetos, que ficarão a mercê do humor do próximo governo.

A gestão comprometida impossibilita uma série de avanços, compromete a credibilidade da emissora, a audiência, a materialização da missão e a qualidade dos serviços. Quanto mais alto o grau de transparência da gestão, mais preparada está a instituição para prestar um serviço de qualidade e é só em um ambiente de transparência que a sociedade tem condições reais de participar e principalmente fiscalizar a gestão. Outro aspecto negativo que posso identificar com mais clareza é a dificuldade de acesso do público e participação da sociedade na construção da programação da TV.

É possível fazer televisão pública no Brasil, e com certas limitações e muitos desafios, ela vem sendo feita. A principal mudança que precisa ocorrer no Brasil é uma mudança cultural sobre a importância de uma instituição de radiodifusão pública. As emissoras comerciais

enxergam a TV Pública como uma grande adversária, no sentido de vetar a implementação da tv pública para no futuro as emissoras comerciais não perderem “fatias” de investimento do “bolo” publicitário, e por isso dificultam a entrada da emissoras públicas no cenário televisivo, os políticos entendem a TV pública como extensão das suas assessorias de imprensa e estratégia de poder. As emissoras públicas e comerciais não precisam ser rivais, ambos sistemas são complementares. Não há democracia sem comunicação comercial. E é indiscutível que os padrões de informação da sociedade melhoram quando ela pode contar com boas emissoras públicas.

A programação da TV Brasil precisa arriscar mais, encontrar formas criativas e inteligentes de criar afinidade com o público. A grade da TV Brasil possui alguns bons programas, mas sem nenhuma grande novidade, ela aposta em fórmulas que deram sucesso em outras emissoras públicas. É possível perceber que aos poucos a TV Brasil vai acertando mais nas escolhas dos programas, mas na maioria das vezes os programas deixam a desejar na parte técnica e estética, é preciso ter em mente que não depender da audiência, não é sinônimo de descaso com o produto. Os programas muitas vezes parecem ser exibidos apenas para preencher um espaço vazio na grade, com um percentual considerável de reprise a TV Brasil pode acabar se caracterizando de forma negativa e tendo a sua imagem associada ao atraso e a repetição.

O principal aspecto positivo proporcionado pela TV Brasil foi o de começar a preencher um vazio histórico que existia no Brasil em relação às TV públicas. Só o debate em torno do seu surgimento já foi algo muito positivo. Mostrou ao brasileiros que um outro modelo de televisão é possível, além das emissoras comerciais. E mais, mostrou também que as emissoras não comerciais existentes nos Estados tem controles governamentais muito rígidos o que as tornam pouco públicas. Acredito que o trabalho ainda esteja no começo. A resposta do público virá gradativamente.

REFERÊNCIAS

I FÓRUM NACIONAL DE TVs PÚBLICAS. **Manifesto pela TV Pública Independente e Democrática** (Carta de Brasília). Brasília: Ministério da Cultura, 2007.

ARONCHI, José Carlos. **Gêneros e Formatos na televisão Brasileira**. São Paulo: Summus Editorial, 2004

BOLAÑO, César. **Qual a lógica das políticas de comunicação no Brasil?** São Paulo: Paulus, 2007.

BAHIA, José Aloise. **A sociedade do espetáculo**. Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/a-sociedade-do-espetaculo> Acessado em 10 de novembro de 14

BOLAÑO, César. **TV pública, políticas de comunicação e democratização: movimentos conjunturais e mudança estrutural**. IN: Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación. Disponível em: www.eptic.com.br, vol. X, n. 3, Sep. – Dic. / 2008

BARBOSA, Bia. **TV Brasil: O faz de conta da emissora pública**. Revista Adusp. Janeiro 2008. N42, p.49-54.

BOURDIE, Pierre. **Sobre a Televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar E., 1997.

BRASIL, CONSTITUIÇÃO DE 1988, Artigo 223.

BUCCI, Eugênio. **É possível fazer televisão pública no Brasil?**. Novos estud. - CEBRAP, São Paulo, n. 88, Dec. 2010. Disponível em :

<http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0101-33002010000300001&lng=en&nrm=iso>. Acesso em 04 Dec. 2014.

CAMPANELLA, Bruno. **A TV no Brasil: Seis décadas e muitas histórias**. In: MATRIZES. Revista do Programa de Pós-Graduação em ciências da comunicação da Universidade de São Paulo. São Paulo, ano 4, n.2, p.253-259, 2011. ISSN 1982-2073

FRADKIN, Alexandre. **História da televisão pública/Educativa**. Disponível em: <<http://www.fndc.org.br/arquivos/HistoriaTVEducativa.doc>. Acesso em: 15 de Abril - Artigo do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação – 2006

FUENTES, Diego Portales. “A empresa: Televisão Pública na América”. In: Rincón, Omar (org.) **Televisão Pública do Consumidor ao Cidadão**. São Paulo: Friedrich Ebert Stiftung, 2002.

GOULART, Ana Paula; SACRAMENTO, Igor; ROXO, Marco (orgs). **História da Televisão no Brasil**. São Paulo: Ed. Contexto, 2010.

INTERVOZES. **Sistema Público de Comunicação no Brasil: as conquistas e os desafios**" realizada pelo Observatório do Direito à Comunicação, organizado pelo coletivo Intervozes . Pesquisa e texto: Sivaldo Pereira Revisão: Cristina Charão Projeto gráfico e diagramação: Henrique Costa Dezembro/2009

KELLNER, Douglas. A cultura da mídia e o triunfo do espetáculo. 2004 - PDF

LEAL FILHO, Laurindo. "TV Pública." In: BUCCI, Eugênio (org.). **A TV aos 50: criticando a televisão brasileira no seu cinquentenário**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2000.

LEAL FILHO, Laurindo. "O Desafio da TV Pública: Necessidades e Caminhos. " in: **O desafio da TV Pública: uma reflexão sobre sustentabilidade e qualidade**. Rio de Janeiro: ACERP – Associação de Comunicação Educativa Roquete-Pinto. Compilação das palestras do encontro promovido pela TVE Rede Brasil. Junho de 2003.

LEI No11.652, DE 7 DE ABRIL DE 2008.

MACHADO, Arlindo. Modos de pensar a televisão. Disponível em <http://revistacult.uol.com.br/home/2010/03/modos-de-pensar-a-televisao/> Acessado em 10 de novembro de 14.

MESQUITA, Lúcio. O Modelo da TV Pública da BBC. in: **O desafio da TV Pública: uma reflexão sobre sustentabilidade e qualidade**. Rio de Janeiro: ACERP – Associação de Comunicação Educativa Roquete-Pinto. Compilação das palestras do encontro promovido pela TVE Rede Brasil. Junho de 2003.

MURTINHO, Rodrigo. **Televisão pública no Brasil: estudo preliminar sobre suas múltiplas configurações**. In: Contemporânea – Revista de Comunicação e cultura. Niterói: n.12, 2009. ISSN: 18099386

REBOUÇAS, Nádia. Pesquisa: quem é o telespectador da TV Pública. in: **O desafio da TV Pública: uma reflexão sobre sustentabilidade e qualidade**. Rio de Janeiro: ACERP – Associação de Comunicação Educativa Roquete-Pinto. Compilação das palestras do encontro promovido pela TVE Rede Brasil. Junho de 2003.

ORTIZ, Renato. **A Moderna Tradição Brasileira – Cultura Brasileira e Indústria Cultural**. 5.ed. São Paulo: Brasiliense, 2006.

OTONDO, T.M. Televisão Pública na América Latina: para quê e para quem?. 2008. 358 p. Tese (Doutorado). Programa de Pós-Graduação em Integração da América Latina, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2008.

PRIOLLI, Gabriel. "A questão dos recursos" in: **O desafio da TV Pública: uma reflexão sobre sustentabilidade e qualidade**. Rio de Janeiro: ACERP – Associação de Comunicação Educativa Roquete-Pinto. Compilação das palestras do encontro promovido pela TVE Rede Brasil. Junho de 2003.

UNESCO. Public Broadcasting. How? Why?. Montreal:World Radio and Television Council, 2001.

VALENTE, Jonas. TV Pública no Brasil: **A criação da TV Brasil e sua inserção no modo de regulação setorial da televisão brasileira**. 210 f. Dissertação (mestrado) Universidade de Brasília, Programa de Pós-Graduação em Comunicação, 9 de julho de 2009. “Orientação: Prof. Dr. César R. S. Bolaño,

WATTS, Harris. **On câmera – O curso de produção filme e vídeo da BBC**. 5. Ed. São Paulo: Grupo Editorial Summus, 1990.

SITES:

Disponível em: < <http://www.dicionariodoaurelio.com/Televisao.html>> - Acessado em 06 de Dezembro de 2013

BUCCI, Eugênio. O que é televisão?. s.l. 12 de Maio de 2012. Projeto Sonhar TV . Disponível em: <<http://sonhar.tv/categorias/entrevistados/eugenio-bucci>> Acessado em: 01 de Dez 2013

MACHADO, Arlindo. O que é televisão?. s.l. 25 de Abril de 2012. Projeto Sonhar TV. Entrevista para o projeto Sonhar TV Disponível em: <<http://sonhar.tv/arlindo-machado-o-que-e-televisao/>> Acessado em: 01 de Dezembro de 2013

Disponível em: <<http://tvfoco.pop.com.br/audiencia/rede-globo-sobe-e-vira-segunda-maior-emissora-do-mundo/>> Acessado em 27 de Novembro de 2013

Disponível em: <http://www.fitert.org.br/site/Noticias/2329/emissoras-comerciais-de-tv-nao-querem-projeto-que-regionaliza-programacao?p=15> Acessado em 27 de Junho de 2014 às 10h52

Disponível em: <http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001240/124058eo.pdf> Acessado em 28 de Junho de 2014

Disponível em: http://www2.cultura.gov.br/upload/livro_TV_s_24-11_1164825028.pdf Acessado em 09 de março

