

JOSÉ CARLOS DE OLIVEIRA TORVES

TVE-RS: GOVERNOS X CONSELHO DELIBERATIVO
Um Estudo das Operações Ideológicas no Comando da Emissora

Dissertação apresentada no Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, Faculdade de Comunicação Social, da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, como requisito parcial à obtenção do grau de Mestre.

Linha de Pesquisa: Comunicação e Tecnologias do Imaginário

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Cristiane Finger

Porto Alegre

2006

JOSÉ CARLOS DE OLIVEIRA TORVES

TVE-RS: GOVERNOS X CONSELHO DELIBERATIVO
Um Estudo das Operações Ideológicas no Comando da Emissora

Dissertação apresentada no Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, Faculdade de Comunicação Social, da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, como requisito parcial à obtenção do grau de Mestre.

Linha de Pesquisa: Comunicação e Tecnologias do Imaginário.

Aprovado em 11 / 12 / 2006.

BANCA EXAMINADORA

Orientador: Prof^a. Dr^a. Cristiane Finger - PUCRS

Prof. Examinador: Prof. Dr. Osvaldo Biz - PUCRS

Prof. Examinador: Prof. Dr. Flávio Porcello

Dedico este trabalho e o meu esforço aos meus filhos Alexandro, Simone e João Henrique.

AGRADECIMENTOS

Ao Prof. Dr. Antônio Hohlfeldt, pelo estímulo de retornar a academia.

Aos conselheiros e funcionários da TVE-RS, lutadores na defesa de uma televisão pública.

Aos companheiros do Sindicato dos Jornalistas-RS.

A dedicação e a paciência do companheiro Cristiano Nunes do Sindicato dos Jornalistas-RS e a amiga Liana Zogbi, secretária do Conselho Deliberativo da TVE-RS.

A contribuição do Professor Adão Clóvis dos Santos.

E, um agradecimento especial a minha orientadora Prof. Dra. Cristiane Finger por sua dedicação e pelas luzes num caminho escuro até a descoberta do novo e das saídas para uma nova etapa da vida.

RESUMO

Esta é uma pesquisa sobre a televisão pública analisando a programação, a recepção e a ideologia da Fundação Piratini – Rádio e Televisão Educativa do Rio Grande do Sul (TVE-RS). A TVE-RS, desde a implantação do Conselho Deliberativo, 1995, passou a se denominar de televisão pública. Este trabalho teve como objetivo detectar, através da produção e transmissão das formas simbólicas, da construção das mensagens e da recepção e apropriação dos conteúdos, se a emissora pode ser classificada nesta categoria. Este estudo de caso utilizou a metodologia da Hermenêutica de Profundidade de John B. Thompson (1995). Através da Ideologia que permeia a produção na análise discursiva, acrescentada à análise sócio-histórica, houve a possibilidade de se fazer uma interpretação/reinterpretação dos conteúdos, que mostrou a distância da TVE-RS do modelo de televisão pública e uma proximidade muito forte com o modelo estatal, com forte influência governamental.

Palavras-chave: Comunicação; Televisão; Televisão Pública, Televisão Educativa.

ABSTRACT

This is a research on public television analyzing the programming, the reception and Fundação Piratini's Ideology - Radio and Educational Television of Rio Grande do Sul (TVE-RS). TVE-RS, from the implantation of Deliberative Council, 1995, passed being called of public television. This work had as objective detects, through the production and transmission in the symbolic ways, of the construction of the messages and of the reception and appropriation of the contents, if the broadcasting station can be classified in this category. This case study used the methodology of Hermenêutica of Depth of John B. Thompson (1995). Through the Ideology that permeates the production in the discursive analysis, increased to the analysis sócio-histórica, there was the possibility to do an interpretação/reinterpretação of the contents, that showed the distance of TVE-RS of the model of public television and a very strong proximity with the state model, with strong government influence.

Key-words: Communication; Television; Public Television; Educational Television

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - TVE Emissora pública ou estatal	123
Figura 2 - Definição da diferença	124
Figura 3 - Programação da TVE é de uma emissora pública	124
Figura 4 - TVE desvirtua ou não o princípio de uma emissora pública	126
Figura 5 - Como deve ser a sustentação financeira de uma emissora pública	127
Figura 6 - A favor ou contra a publicidade em uma TV pública	128
Figura 7 - A TVE deve ter programas produzidos por produtores independentes...	129
Figura 8 - Percentual de programação, quantas horas, programas independentes	129
Figura 9 - Programação da TVE está mais de acordo com uma TV Pública ou estatal.....	131

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
1.1 PROBLEMAS	13
1.2 OBJETIVOS.....	15
1.3 HIPÓTESES	17
1.4 METODOLOGIA	17
2 DESENVOLVIMENTO SOCIAL DA TELEVISÃO BRASILEIRA.....	20
2.1 PRIMEIRA FASE: SÓCIOURBANA.....	24
2.2 SEGUNDA FASE: SOCIOFAMILIAR.....	25
2.3 TERCEIRA FASE: SOCIOINDIVIDUAL.....	28
2.4 A INFLUÊNCIA DA PROGRAMAÇÃO DA TV NA SOCIEDADE BRASILEIRA	36
2.4.1 Novelas	36
2.4.2 Música.....	39
2.4.3 Literatura.....	40
2.4.4 Cinema.....	40
2.4.5 Propaganda	41
2.4.6 Esporte.....	42
2.4.7 Telejornais	50
3 SISTEMAS E MODELOS DE TELEVISÃO	64
3.1 TV ABERTA	64
3.1.1 Televisão Comercial.....	64
3.1.2 Televisão Educativa	65
3.2 TV SEGMENTADA	68
3.2.1 TV Universitária.....	72
3.2.2 TV Comunitária	74

3.2.3 Canais Institucionais	75
3.2.4 Canal Futura	75
3.3 TV PÚBLICA	76
4 TVE – METODOLOGIA E ANÁLISE DE DADOS	95
4.1 FUNDAÇÃO PIRATINI – RÁDIO E TELEVISÃO EDUCATIVA DO RIO GRANDE DO SUL	95
4.1.1 Perfil de Audiência da TVE-RS	100
4.2 METODOLOGIA	103
4.2.1 Teoria Social Crítica	104
4.2.2 Ideologia	109
4.3 DESCRIÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS.....	113
4.3.1 Descrição e Análise das Atas.....	115
4.3.2 Descrição e Análise do Questionário	122
4.4 TRATAMENTO DOS RESULTADOS: INTERPRETAÇÃO/REINTERPRETAÇÃO	131
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	136
REFERÊNCIAS.....	139
ANEXOS	145
ANEXO A - Os Donos da Mídia.....	146
ANEXO B - Programa do FNDC.....	151
ANEXO C - Estatuto da Fundação Piratini - RTV	165
ANEXO D - Programa TVE	179
ANEXO E - Regimento Interno - TVE.....	191
ANEXO F - Pesquisa TVE.....	198
ANEXO G - Diretrizes – Fundação Piratini – RTV	213

1 INTRODUÇÃO

A televisão chegou ao Brasil na década de cinquenta, fruto de uma ousadia da iniciativa privada, com a justificativa de que com este novo veículo de comunicação o Brasil entrava na Era da Modernidade. No começo, até por falta de mão de obra especializada, se fazia rádio na televisão. O rádio, até então o grande veículo de comunicação do país, tinha formado um elenco de prestígio que acabou migrando para a televisão, onde produzia programas de auditório, telenovelas e noticiários no mesmo formato do veículo anterior. O modelo comercial também foi o mesmo do rádio, que havia sido importado do modelo americano.

A televisão provocou nos brasileiros, desde a sua chegada, uma grande mudança nos hábitos e comportamentos da sociedade e atualmente é o principal meio de informação e entretenimento da população. Também tem sido acusada de ser um veículo com grande poder de influência nos rumos econômicos, sociais e políticos da nação. Outra questão que colocou este meio de comunicação no centro dos debates é a qualidade da programação que vem sendo apresentada na constante perseguição de mais pontos de audiência.

O fato de no Brasil o canal de televisão ser uma concessão pública, portanto com normas e fiscalização da União, não impediu os oligopólios e, por conseqüência, a concentração da mídia no país, resultado da tradição política brasileira de privatizar o público, de 20 anos de ditadura, quando a televisão teve um papel decisivo no projeto de integração nacional, e do uso da concessão de canais como moeda de troca em votações do Congresso.

É coincidente o desenvolvimento da televisão com a conjuntura social, econômica e política do país a partir da década de 50 desde o governo Vargas. Verifica-se que a fase desenvolvimentista, intervenção estatal na economia, foi decisiva na implantação do veículo e na sua afirmação.

Também é possível acompanhar, a partir de um resgate histórico, que a televisão é um espelho e, ao mesmo tempo, tem refletido os governos, com seus

interesses e políticas, mostrando este vínculo dependente e próximo do poder. E este mesmo comportamento que acontece em nível nacional se reproduz em nível regional.

Esta realidade brasileira, com hegemonia da televisão comercial, e diante de tantas críticas e apelos pela democratização das comunicações no país, tem motivado um crescente movimento na defesa e no debate da importância das emissoras públicas. Mas até que ponto as TVs Educativas tem contribuído para a melhoria da qualidade da televisão brasileira? Existe realmente a intenção de que estas emissoras sejam públicas? Como aparece isso na programação? Há inclusão de segmentos da sociedade, marginalizados pelas emissoras comerciais? Os governos estaduais controlam as TVs Educativas ideológica, política e economicamente?

Instigado por esta situação é que se procurou investigar se a TVE-RS, uma empresa pública, de direito privado, com gestão do governo do Estado do Rio Grande do Sul, com um Conselho Deliberativo regulamentado e formado pela sociedade civil, está deixando de ser estatal ou governamental para realmente se transformar em uma televisão pública, de interesse público, atendendo às demandas públicas.

Embora esteja operando numa conjuntura de desestatização, marcada pelas privatizações, a TVE-RS, que se autodenomina de televisão pública, não está imune aos fatores que influenciam o atual período, como novas tecnologias, globalização e o neoliberalismo. Entretanto, é necessário justificar a sua existência como emissora pública, à custa de verbas públicas, diante de tantas demandas sociais a que o Estado tem que atender. Para isso, é necessário superar os desafios impostos pelo mercado, os limites que vão desde a regulamentação até a sua própria função enquanto emissora pública, mantida pelo Governo do Estado do Rio Grande do Sul.

Sem a mesma ênfase, este não é um fenômeno local, pois em países desenvolvidos as emissoras públicas também passam por estes desafios, inclusive os modelos pioneiros de televisão pública, o inglês *British Broadcasting Company* (BBC) e o americano *Public Broadcasting Service* (PBS), estas TVs buscam uma saída para este momento e procuram encontrar uma justificativa para desempenhar o seu papel de veículos de comunicação públicos.

Este estudo de caso tem como objetivo apurar se a TVE-RS, a partir da regulamentação do Conselho Deliberativo, quando começou a se autodenominar de televisão pública, mudou a sua orientação, o perfil da sua gestão, redefiniu o seu papel ou mantém a mesma linha estatal ou governamental.

Por uma questão de honestidade intelectual é importante ressaltar que faço parte do Conselho Deliberativo da Fundação desde a sua criação, primeiramente como Conselheiro eleito na condição de representante dos funcionários da TVE, por dois mandatos e depois como representante do Sindicato dos Jornalistas do RGS, do qual sou presidente. A minha orientadora Prof.^a Dra. Cristiane Finger, na condição de Conselheira eleita numa das cinco vagas para pessoas da sociedade civil de elevado saber e grande contribuição a comunicação e a cultura do estado.

A televisão não discute a si mesma. Tal situação tem gerado estudos, com a produção de artigos, debates e projetos. Esta discussão também faz parte da realidade da TVE-RS. Há uma tensão permanente e um questionamento sobre o seu papel. De um lado, a sociedade exigindo uma televisão pública, do outro o próprio Estado, responsável pela gestão da emissora e tendente ao uso do veículo como instrumento do governo de plantão. Além disso, esta discussão está permeada pela questão da sustentação financeira, se deve continuar sendo pelo Estado ou deve buscar recursos junto ao mercado, que, por conseqüência, deve também querer influenciar na sua linha de programação, a exemplo do que ocorre nas emissoras comerciais. Mas o mais importante é a reflexão sobre os conteúdos exibidos pelas TVs Educativas e como são vistos pelos telespectadores, afinal de contas, todo o esforço só se justifica por eles.

É neste emaranhado de situações que a TVE-RS busca uma identidade e uma justificativa da sua existência, pois se denomina pública, estatal e educativa. A compreensão destes conceitos é importante no atual momento da emissora, de querer se distanciar do rótulo “estatal” e se aproximar do “público”.

Uma televisão é considerada estatal quando está envolvida pela máquina burocrática do Estado, é sustentada pelo Estado e sofre freqüentemente intervenção do Governo. É chamada de pública quando não sofre ingerência governamental, tem compromissos com o interesse público, e não depende de verbas publicitárias do

mercado. É importante fazer uma distinção entre Estado e Governo. O Estado é uma instituição permanente que tem como missão zelar pelo interesse público, já o Governo é transitório, formado por políticos que aproveitam o poder momentaneamente.

A categoria “educativa” está no surgimento da TVE-RS, ligada a Secretaria de Educação do Estado do Rio Grande do Sul dentro de um programa do governo federal que tinha como objetivo criar o ensino à distância através de uma rede nacional de emissoras.

Portanto, ora a TVE-RS é pública, ora é educativa e ora é estatal. Num primeiro exame é estatal, mas se autodenomina pública e educativa, mas na realidade é considerada pública unicamente porque é sustentada por verbas públicas e educativa apenas pela sua origem e não porque desempenhe algum tipo de educação formal.

Apurar a real situação da TVE-RS é o desafio deste trabalho, apoiado em pesquisa de recepção, de questionário aplicado no Conselho Deliberativo e análise das atas de reuniões do conselho que estabelece diretrizes para a programação da emissora e da ideologia presente em cada decisão que interfere na gestão e na produção de conteúdos.

É uma tarefa difícil, mas possível. Tratar de todo o sistema de televisão brasileiro seria uma tarefa grande demais para os limites deste estudo. Trataremos de apenas uma parte, como é o propósito, focando as TVs públicas, recortando na TVE-RS. Assim, é possível dar conta, com o primeiro passo num caminho que precisa de muitos outros.

1.1 PROBLEMAS

A televisão brasileira nem bem passou pela terceira revolução tecnológica, desde a sua chegada ao Brasil na década de 50 (a primeira foi entrada do videoteipe, a segunda foi o sistema de televisão a cores e a terceira a televisão a

cabo, que possibilitou a aquisição de canais segmentados e pagos) e já estamos entrando na quarta, que é a televisão digital, de alta definição, com recursos inimagináveis, como interatividade e convergência com outras mídias. Em meio a tudo isso e com ofertas de todo tipo de programação, tanto de caráter regional como de abrangência nacional e produções internacionais, aflora um debate contemporâneo entre a regionalização, no sentido de preservar as identidades locais, e da realidade da globalização. A saída seria a televisão pública? As TV Educativas estão procurando o caminho público ou o termo tem sido usado apenas como uma jogada de marketing e, na verdade, seriam apenas estatais ou governamentais? As TVs Educativas atendem às expectativas e às demandas da sociedade? Como são vistas pelos telespectadores? Há espaço para este tipo de emissora na atual conjuntura?

Tantas perguntas demandariam novos estudos, mas, para os limites deste trabalho, recortamos a nossa problemática num estudo de caso: A TVE-RS, a partir da instalação de um Conselho Deliberativo, passou a se autodenominar de televisão pública. A sua programação e a sua gestão são definidas pela sociedade civil ou há interferência do Governo? Como os telespectadores vêem a emissora: pública, estatal ou governamental?

As TVs Educativas carecem de uma definição. E, esta indefinição, de certa forma, tem contribuído para que, intencionalmente ou não, ela se confunda com público, o estatal ou o governamental e até mesmo com o privado. A falta de uma conceituação mais apurada mostra que alguns programas da sua grade têm um perfil mais adequado às emissoras comerciais e totalmente fora dos padrões de um veículo público.

A partir desta realidade é que se busca, com esta pesquisa, de forma científica, encontrar respostas para esta problemática e, ao mesmo tempo, contribuir na construção de categorias que sejam suficientes para se diagnosticar a atual situação destas emissoras e, ao mesmo tempo, visualizar um caminho capaz de construir uma emissora pública.

1.2 OBJETIVOS

No Brasil, a televisão, que inicialmente era apenas mais um meio de entretenimento, passou a ser a principal fonte de informação da população brasileira (81% dos brasileiros assiste televisão todos os dias, com uma média diária de 3,5 horas). Com 99% de cobertura no país, este meio de comunicação se tornou hegemônico. A programação pasteurizada não diferencia uma emissora de outra, inibindo a concorrência entre as redes, possibilidade esgotada com a formação de oligopólios quando da concessão de canais pelo Estado à iniciativa privada. O mercado de TV no país é dominado por seis redes privadas nacionais, sendo que a Rede Globo detém 54% da audiência e fica com US\$ 1,590 bilhão do bolo publicitário de um negócio que chega a US\$ 3 bilhões (ANEXO A) e se transformou em instrumento de poder regional e nacional (EPCOM, 2004).

As TV Educativas que se autodenominam públicas poderiam representar uma possibilidade de se contrapor ao quadro de oligopólio no sistema de televisão brasileiro, de valorização da cultura regional, de inclusão das camadas populares, hoje não contempladas pelas emissoras comerciais, ao serem percebidas como cidadãos e não como consumidores pela audiência, porque somente assim se justificaria a aplicação de recursos públicos, cada vez mais escassos nos países em desenvolvimento, com carências enormes em setores essenciais, como saúde, educação e segurança. Uma programação alternativa e de qualidade contribuiria para uma melhoria, inclusive nas emissoras privadas, que se obrigariam, pela concorrência, a fazer uma reflexão sobre o que é apresentado aos telespectadores, principalmente num setor tão resistente a autocrítica.

No entanto a situação que se apresenta está muito distante do mínimo desejável. A audiência da TVE-RS, objeto deste estudo, não consegue sair do traço e esporadicamente oscila entre 1% e 3%¹. Na pesquisa de recepção utilizada neste trabalho, além dos índices, evidencia uma pequena afinidade do público com a emissora, a não fixação dos seus programas na memória e a baixa fidelidade com a

¹ Quadro das bases do poder econômico e político constituído a partir das redes privadas de televisão no Brasil (EPCOM).

programação, um pouco pela constante mudança de horário na grade sem prévio aviso, mas também pela má qualidade técnica, resultado do sucateamento do parque técnico pela falta de recursos do Estado. Um outro fator determinante é a burocracia estatal que engessa a emissora que, por suas características, deveria ter agilidade suficiente para uma atividade que exige uma capacidade de decisão muito além do serviço público. Além disso, há um quadro de pessoal cansado de tentar impulsionar uma televisão estagnada, acomodando-se ao perfil do funcionalismo público, que faz apenas o que é possível no seu horário de expediente.

A Universidade se coloca como o lugar da reflexão, apoiada pela pesquisa científica, para chegar a uma possibilidade viável na busca de uma televisão pública, capaz de mobilizar a sociedade civil, governo e entidades comprometidas com a democratização dos meios de comunicação. A pesquisa é uma ferramenta fundamental para diagnosticar a situação da TVE-RS e, a partir dos resultados, começar a difícil tarefa de transformar culturalmente e até propor uma nova legislação que dê conta de uma emissora pública, capaz de atender às expectativas da sociedade e justifique o investimento de recursos públicos para a sua existência.

Através da pesquisa é possível localizar e entender as razões de a TVE-RS procurar institucionalmente se apresentar como uma televisão pública, parecendo ao telespectador uma emissora independente dos interesses governamentais ou partidários. Entretanto, a programação não confirma a imagem que tenta ser construída na sociedade. O Conselho Deliberativo, criado por uma legislação específica para ser um elemento decisivo na democratização da emissora, não possui instrumentos eficientes para interferir na linha editorial nem na produção e muito menos no orçamento da estatal. As diretrizes para a programação não passam de mera peça de ficção. Não há uma definição sobre a forma de publicidade que pode ser usada: apoio cultural, merchandising ou anúncio de produtos. Outro ponto que faz parte do rol de indefinições é o percentual de produções independentes que pode ser usado ou não. Portanto, verificar porque a legislação e as diretrizes da programação elaboradas pelo Conselho Deliberativo são insuficientes e ainda fazer as análises sócio-histórica, formal ou discursiva, para uma interpretação/reinterpretação da programação da TVE-RS é o desafio que está posto.

1.3 HIPÓTESES

- A programação da TVE-RS é utilizada para atender os interesses do Governo.
- O Conselho Deliberativo da TVE-RS serve apenas para legitimar as decisões de Governo, pois não têm instrumentos capazes de interferir na emissora.
- A autodenominação de televisão pública é uma forma de manipular a opinião pública e justificar os altos custos de sustentação de um veículo de comunicação governamental.
- A Direção da TVE-RS é indicada pelo Governo para garantir a ideologia do poder regional.
- O telespectador não se vê e não se sente atendido em suas demandas pela TVE-RS.
- A TVE-RS, apesar de ter um Conselho Deliberativo, formado pela sociedade civil e amparado por lei estadual, continua sendo uma emissora estatal e governamental, o que compromete a sua programação.

1.4 METODOLOGIA

A análise do objeto de estudo será realizado com base na teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa, proposta por Thompson (1995). O autor apresenta a possibilidade de analisar as formas de uso da ideologia nos discursos midiáticos através da Hermenêutica de Profundidade. Este referencial metodológico é desenvolvido em três fases: análise sócio-histórica, análise formal ou discursiva e a interpretação / reinterpretação.

A Análise sócio-histórica considera relevante as condições sociais e históricas da produção, circulação e recepção das formas simbólicas. A análise formal ou discursiva esta focada nas formas simbólicas como construções simbólicas complexas que apresentam uma estrutura articulada e têm capacidade e objetivo dizer alguma coisa sobre algo. E a interpretação analisa a construção criativa do significado, ou seja, uma explicação interpretativa do que está representado ou do que é expressado, permitindo uma reinterpretação desta análise pelo pesquisador, conforme Thompson (1995).

Para realizar a análise do objeto, é importante a seleção bibliográfica, observação e operacionalização, através da amostragem, técnicas de coleta, relatório dos fatos e técnicas de controle. E, após o tratamento estatístico, possibilite a interpretação do material e, por consequência, a confirmação ou a rejeição das hipóteses de trabalho ou a formulação de novas hipóteses.

Para verificar o perfil da TVE-RS foi utilizada uma pesquisa qualitativa e uma quantitativa de recepção encomendada pela emissora em agosto de 2004; foi aplicado um questionário aberto, qualitativo, aos membros do Conselho Deliberativo da emissora; a seleção de dez atas do Conselho Deliberativo que tratavam da programação ou de interferência ideológica do Governo na emissora. A primeira vista, o material coletado mostra que os interesses ideológicos dos Governos que administraram a televisão são mais fortes que a intenção de efetivamente transformá-la em uma instituição pública.

O período de análise, compreende dez anos, desde a criação do Conselho Deliberativo da TVE-RS, quando então a emissora passou a se autodenominar de televisão pública, de 1995 até 2005. Com o objetivo de apoiar esta análise foi aplicado um questionário nos conselheiros atualmente em atividade e ainda o aproveitamento de uma pesquisa de recepção com fins mercadológicos, mas que se prestou aos objetivos deste trabalho, reforçando as implicações ideológicas, tanto na programação como na sua gestão.

Para proceder a esta análise, buscou-se apoio nas categorias preestabelecidas por Thompson (1995), desenvolvimento metodológico do enfoque tríplice, que compreende a produção e transmissão ou difusão e recepção e

apropriação na análise sócio-histórica; construção de conteúdos, na análise formal ou discursiva, e, finalmente, a interpretação ideológica do caráter ideológico das mensagens e chegando até à interpretação/reinterpretação dos resultados.

2 DESENVOLVIMENTO SOCIAL DA TELEVISÃO BRASILEIRA

No início do segundo Governo Vargas, 1950, é quando surge a televisão brasileira. Período de um novo reordenamento da economia mundial, sob a hegemonia norte-americana, com grande transformação no mercado e a entrada dos oligopólios através do capital financeiro e industrial internacionais, marcados por um crescimento da desigualdade nos países em desenvolvimento, articulado com uma enorme concentração nos países desenvolvidos.

Este cenário marca o início da televisão no Brasil, onde o país passava por um clima de nacionalismo, com o Estado atuando como principal investidor na economia e acelerando a expansão da indústria pesada, consolidando uma plataforma estrutural para a produção de bens de consumo duráveis para atender a tendência social de uma forte urbanização e concentração da população em grandes centros urbanos na busca de empregos e oportunidades que começavam a escassear na zona rural, já que até este momento, 80% da população vivia no campo e apenas 20% estava nas cidades.

Esse movimento consolidou a formação de uma classe proletária e o fortalecimento de uma emergente classe média urbana, originária da aristocracia rural falida e das famílias de migrantes e imigrantes, que contribuíram para a modernização das metrópoles brasileiras.

Neste contexto o rádio era o grande veículo de comunicação do país e concentrava a maior fatia do bolo publicitário, seguindo o modelo americano de arrecadar receitas com o anúncio de produtos ao consumidor, acompanhado em menor proporção da imprensa escrita.

A televisão brasileira inicialmente se concentrou no eixo Rio-São Paulo e teve dificuldades de expansão em função do número reduzido de aparelhos receptores, todos eles na sua grande maioria localizados apenas nestes dois centros urbanos, mas, de qualquer forma, logo se mostrou um extraordinário veículo de comunicação, ao lado do rádio e da imprensa escrita.

Desde 1930, o capitalismo começa a se desenvolver no país, embora de forma lenta e com um atraso, em virtude da II Guerra Mundial e suas conseqüências do período pós-guerra, mas a década de 50 efetivamente marca um período importante para a sociedade brasileira e conta com um meio excepcional de comunicação, a televisão, que divide espaço com jornais e rádios.

Politicamente, no início dos anos 50, encerrava-se o Governo Dutra e Vargas foi eleito para a Presidência da República, num mandato que iniciou em 1951 e foi até 1954, quando o presidente se suicidou. Havia um clima de expectativa de normalização do comércio internacional, bastante abalado pelos reflexos da guerra. No Brasil foram tempos de grandes debates sobre o liberalismo e o desenvolvimentismo, na disputa de qual seria a orientação que o país deveria seguir na ordem econômica brasileira.

Embora não tenha havido vencedor, pode se caracterizar que o Governo Dutra teve uma orientação liberal, gastos exagerados de milhões de dólares na importação de produtos supérfluos (uva-passa, canetas esferográficas e etc), acentuando o endividamento externo do país, rompimento com a União Soviética, colocação do Partido Comunista na ilegalidade e perseguição aos funcionários públicos comunistas.

O Governo Vargas teve uma orientação desenvolvimentista, com forte intervenção do Estado na economia, decisivo na afirmação de uma industrialização integral e planejada, ou o “reaparelhamento econômico”, termo usado desde o pós-guerra para significar a necessidade de uma reposição de bens de produção na economia brasileira. O nacionalismo econômico teve o seu auge até 1952, marcado pela campanha “o petróleo é nosso”, com a criação da Petrobrás. O declínio dessa política econômica começou no final de 52.

Dentro deste período, foi inaugurada a primeira televisão no Brasil, 18 de setembro de 1950, em São Paulo, a TV Tupi-Difusora, dos Diários Associados, propriedade de Assis Chateaubriand, que já possuía uma rede de rádios e jornais em todo o país. Praticamente um ano depois, é implantada a segunda emissora do País, dezembro de 1951, a TV Tupi do Rio de Janeiro, também do mesmo grupo.

Ainda neste mesmo período é inaugurada a segunda televisão paulista, a Rádio Televisão Paulista e em 1953 a TV Record no Rio.

Nos anos cinqüenta, a classe média brasileira sentia a necessidade de novas formas de entretenimento. Neste período, o jogo foi proibido no país e a vida cultural se concentrava no Rio de Janeiro, onde o Copacabana Palace Hotel apresentava shows e musicais internacionais. Mas, mais do que isso, tanto a classe alta como a classe média sonhavam com o maior símbolo da época, que representava estar em dia com a nova tecnologia, a televisão, estímulo que era feito diariamente através dos jornais do grupo Diários Associados, dizendo que agora todos poderiam ter o cinema nas suas próprias casas.

Até 52 foram anos de crescimento contínuo e uma regular estabilidade monetária e cambial, no que se refere a conjuntura econômica do país, num clima político favorável, já que Vargas manteve o pacto conservador de poder que reunia a UDN e o PSD, desde 1947. Todos esses fatores contribuíram para a implantação da televisão no Brasil e, de certa forma, incentivaram o seu desenvolvimento social no país.

No início dos anos cinqüenta, houve um crescimento da renda nacional, liderado pelo setor industrial, beneficiado pela política cambial e pela proteção à indústria doméstica, que transferiu recursos do setor exportador para a indústria nacional, aliado à extinção da licença prévia para a importação, que ampliou a aquisição de equipamentos e matérias-primas, causando um déficit de \$ 615 milhões de dólares na balança comercial, mantendo a média dos últimos três anos de uma inflação de 10,5%, estimulando a valorização do cruzeiro, causando uma elevação no custo de vida do país, principalmente nos centros urbanos.

Vargas dirigia o Brasil com um projeto populista, independente das elites, apesar de manter nos principais ministérios os membros do pacto conservador (UDN e PSD), e um projeto firme de consolidar a industrialização nacional.

Pode se estabelecer dois períodos distintos no desenvolvimento da televisão brasileira. O primeiro que vai de 1950 até 1964 e o segundo pós 64.

A primeira etapa é marcada pelo oligopólio do Grupo Diários Associados, que concentra até 1959 a televisão nos dois principais pólos de desenvolvimento social, econômico, político e cultural do país, Rio de Janeiro e São Paulo, e de 1959 até 1964, quando começa a expansão para as demais regiões, no Sul com a TV Piratini de Porto Alegre, no Brasil Central, em Brasília e Belo Horizonte e no Nordeste, em Salvador, Recife e Fortaleza.

Com a abertura das importações, os equipamentos para a estruturação destas emissoras são todos adquiridos das grandes corporações norte-americanas (RCA e General Electric), o que, segundo Caparelli (1982) foi uma clara demonstração de subordinação da indústria cultural brasileira em relação aos países dominantes, neste momento representado pelos Estados Unidos.

Um outro indicativo desta subordinação foi a escolha do modelo de comercialização da televisão americana, simplesmente transplantado para o nosso sistema, além de todo o suporte técnico e de manutenção totalmente dependente. Neste modelo, os telespectadores são vistos como consumidores e não como cidadãos.

A televisão brasileira neste início se caracterizou pela improvisação, praticamente reaproveitando o corpo técnico e artístico do rádio na sua programação e levando as suas atrações para o novo veículo, principalmente programas humorísticos e musicais que, neste período, faziam muito sucesso no rádio. Além destes programas, produzidos regionalmente em função da inexistência do vídeo-tape e da falta de comunicação entre as emissoras de estados diferentes, o que de certa forma prejudicava uma política de integração, a base da programação era importada dos Estados Unidos, consolidando desde o seu início a subordinação da televisão brasileira a indústria cultural dominante.

A televisão, desde a sua entrada no Brasil, influenciou o comportamento das pessoas individualmente e da sociedade brasileira de forma coletiva. Pode-se caracterizar em três fases diferentes: a primeira que vamos chamar de sociourbana, a segunda de sociofamiliar e a terceira fase ou da atualidade de socioindividual.

2.1 PRIMEIRA FASE: SÓCIOURBANA

A fase sociourbana ocorreu desde a inauguração da televisão e durou até 1960. Há uma variação desta fase do eixo Rio-São Paulo, que durou menos, para as demais regiões do país. Quando a televisão foi inaugurada no Brasil em 1950, Assis Chateaubriand, proprietário do Grupo Diários Associados, se deu conta, praticamente às vésperas da estréia da televisão, que não havia aparelhos de TV para recepção da programação por parte da população.

Seguindo o estilo brasileiro, da improvisação, às pressas trouxe dos Estados Unidos “de contrabando”, duzentos aparelhos receptores que distribuiu para algumas personalidades e autoridades brasileiras e colocou outras em lugares públicos de grande concentração popular (Pacaembu, Viaduto do Chá e Cine Metro) para que assistissem à estréia do mais novo meio de comunicação, um instrumento que revolucionava a tecnologia do país.

Não somente na estréia, mas por um bom período de tempo, as pessoas se reuniam coletivamente em torno dos poucos aparelhos de televisão para acompanhar *shows* em programas de auditório, as estrelas do rádio que começavam a ser cooptados pelo novo veículo e os noticiários locais. O fenômeno da Ágora dos Gregos se repetia, reunindo o povo na praça.

O aparelho de televisão neste início era importado e, por este motivo, completamente fora das possibilidades do poder aquisitivo da maioria da população brasileira. Entretanto, passou a ser objeto de desejo e significado de *status* das classes alta e média do país. A indústria nacional somente em 1951 passou a fabricar televisores preto e branco e a televisão colorida foi produzida no Brasil em 1972, ano em que houve a primeira transmissão a cores no Brasil, pela TV Difusora de Porto Alegre, em Caxias do Sul, na Festa da Uva.

Do ponto de vista social pode se caracterizar a evolução da seguinte forma: primeiro foram as concentrações em locais públicos e depois o fenômeno que ficou conhecido como “televizinho”, que consistia em reunir várias famílias de um mesmo bairro ou de uma mesma rua, no final da tarde e à noite, para assistir televisão. Este

ritual era diário e envolvia uma série de preparativos especiais, como bolos, lanches, cervejadas e comidas típicas que congregava a comunidade em torno da nova atração. Nos finais de semana, ver televisão ou “televizinho” era uma verdadeira festa.

Como a televisão não tinha uma programação intensa, havia a possibilidade de que estas reuniões se tornassem um centro de convivência dos grupos e troca de informações dos acontecimentos locais e comunitários, um fenômeno de sociabilidade que contrariava todas as teses que vinham sendo desenvolvidas nos países desenvolvidos, ou do Primeiro Mundo, como se dizia na época.

2.2 SEGUNDA FASE: SOCIOFAMILIAR

A segunda fase, a sociofamiliar, começou a partir de 64, quando já se sentia os efeitos da industrialização brasileira, política econômica que havia começado com o Governo Vargas em 51 até o seu suicídio em 54, imprevista até mesmo pela opositora UDN e pelos militares conspiradores que tentaram repetir com João Goulart o que já ocorrera em 1955, quando o Congresso, sob pressão do Marechal Lott, Ministro da Guerra, votou pelo afastamento do Presidente interino Carlos Coimbra da Luz, que substituíra o vice João Café Filho, hospitalizado, que ao se recuperar também foi impedido de assumir. O Congresso entendeu que estes episódios tinham como objetivo impedir a posse de Juscelino Kubitschek e baseados na Constituição de 46 escolheu Nereu Ramos, vice-presidente do Senado, como Presidente até 31 de janeiro de 1956, quando então tomou posse Juscelino, eleito em 3 de outubro de 1955 (BIZ, 2004).

Passou ela pelo Governo de Juscelino Kubitschek, que foi impugnado inclusive com uma tentativa de seqüestro em um navio de guerra, mas que ao tomar posse do cargo de Presidente estabeleceu uma política desenvolvimentista de 50 anos em cinco, um período de crescimento e de estabilidade econômica e também estabilidade política (com os limites da política brasileira), superando o período de crise de 1961 a 1963, primeiramente com o Governo de Jânio Quadros, que, após a renúncia, gerou uma crise institucional, com a tentativa dos militares de evitar a

posse do vice João Goulart, que, no momento da renúncia, estava em visita oficial a China.

O país viveu um período turbulento de Parlamentarismo e o Presidencialismo de João Goulart, deposto pelo Golpe Militar de 31 de março de 64. Este período compreende o que se chama de final da primeira etapa da televisão brasileira e início da segunda etapa, que será abordado mais adiante neste trabalho.

Na segunda fase, já havia várias emissoras nas principais regiões do país e a maioria das famílias já possuía um aparelho de televisão nas suas residências, pois a aquisição deste bem de consumo ficara mais acessível às camadas médias do país e já se popularizando com o crescimento da indústria nacional e a fabricação nacional, superando a fase inicial, quando a única forma de adquirir era através da importação.

Diante deste novo quadro tivemos uma nova forma de comportamento da sociedade brasileira, influenciado pela televisão. As residências passaram a ter um aparelho de televisão, que ganhou o mais nobre lugar da casa, a sala de visitas e tal qual um “oráculo”, passa a “ser adorado e endeusado” por todos.

Com este novo hábito, as famílias passaram a ter uma transformação nas suas rotinas. Anteriormente, a noite era o horário onde a família se reunia para o jantar e para conversar, espaço destinado a se discutir os problemas do dia-a-dia e para se tomar decisões importantes sobre tudo que dizia respeito a vida familiar. Com o advento da televisão, as pessoas perderam o hábito de conversar e discutir os seus problemas em família:

Há, por certo, uma lei que todos concordam em impor: a do silêncio profundo, em que estão proibidas as perguntas ou os comentários, estejam ou não relacionados com o espetáculo a que se assiste. Se alguém infringe essa lei, é furiosamente atacado pelos demais, que se sentem ameaçados em sua intensa regressão. As refeições da família transcorrem, assim, sob o império exclusivo das imagens e sons emitidos pelo televisor (SOIFER, 1991, p. 32).

O intervalo comercial, copiado do modelo norte-americano, passou a ser espaço de ir até o banheiro, de preparar um prato para se alimentar e até com frequência na sala, para não perder absolutamente nada da programação que

estava sendo exibida. Com este novo comportamento ficou evidenciado um afastamento entre os membros de uma mesma família.

As disputas passaram a se originar tendo como centro a televisão. Quando alguém quer ver um programa diferente da preferência de outro, acaba gerando uma discussão. Da mesma forma, quando alguém tem que abandonar o seu local na assistência para executar alguma tarefa doméstica. Os problemas individuais, de cada um destes mesmos membros, ganharam um novo espaço de discussão como a escola e o local de trabalho:

A comunicação dentro da família cumpre múltiplas funções, das quais a principal é a educação que os pais proporcionam a seus filhos, assim como a transmissão da informação que a as crianças, já em idade escolar, trazem de suas escolas.

A educação transmitida pelos pais está destinada em geral, ao cuidado com a própria vida, ao desenvolvimento intelectual, à capacitação para o trabalho e para a vida em sociedade. Inclui os cuidados com higiene (alimentação, roupa, limpeza, saúde em geral), a contenção de impulsos destrutivos e de emoções irracionais (como a inveja e o ciúme), o desenvolvimento de sentimentos que permitam a convivência (amor, compreensão, tolerância, solidariedade), a aquisição de atitudes físicas e mentais (SOIFER, 1991, p. 33-34).

Portanto nenhuma destas atividades que são importantes e tarefas insubstituíveis da família podem ser cumpridas satisfatoriamente num clima dispersivo e de regressão, onde todos estão habituados ao silêncio e cuja única atenção é dispensada à televisão.

Outra conseqüência é que a maioria das gerações pós-segunda etapa da televisão, conclui o segundo grau com muitas dificuldades para ler e escrever. Também não se pode desconsiderar as pesquisas realizadas por um grupo de cientistas norte-americanos, Charles Reich, Alvin Tofler e Teodoro Toszac e reforçados pelos prontuários de psiquiatras brasileiros: “um desvio do pensamento racional, lógico e sadio, e por uma manifesta inclinação à falta de continuidade, ao mágico, ao sobrenatural e por colocar ênfase especial, no sensorial e na entrega ao êxtase da música e da droga”.

Chegando a conclusão de que a TV cria uma dependência que pode levar ao uso de drogas, como forma de compensação.

2.3 TERCEIRA FASE: SOCIOINDIVIDUAL

A terceira fase, a socioindividual, que é a do tempo presente, está em consonância com a política hegemônica globalizada, onde as questões coletivas estão fora de uso e há um culto extremado à individualidade e ao sucesso pessoal.

Com a automatização da indústria e a produção *just-in-time*, os preços dos aparelhos de televisão ficaram acessíveis à população em geral e isso contribuiu para que cada elemento de um núcleo familiar tenha o seu próprio aparelho de TV, localizado no seu espaço individual, o quarto.

Também contribuiu para esta mudança a chegada da TV a cabo, segmentada, atendendo a todos os níveis de exigência pessoal. Canais de desenho animado para as crianças, canais exclusivamente de música para os adolescentes, canais com programação esportiva para os homens e as tevês abertas com as novelas para as mulheres, mas não exclusivamente, pois este tipo de programação atinge também crianças, adolescentes e homens. De certa forma, este ambiente individualista preparou a sociedade para a revolução tecnológica, para a chegada do computador, que é um novo instrumento de comunicação, porém individual.

Dentro destas três fases, ao longo dos 55 anos da televisão brasileira, houve uma transformação no comportamento da nossa sociedade. A primeira fase quando a televisão estava concentrada no eixo Rio-São Paulo e devido ao reduzido número de aparelhos no país não chegou a ser significativa, pois apenas desenvolvia uma programação de entretenimento com musicais, programas humorísticos e filmes seriados norte-americanos.

Entretanto, com o crescimento da indústria nacional e a produção de aparelhos a preços bastante acessíveis as camadas médias, aliado a expansão das emissoras para todas as regiões do país, este fenômeno passou a influir diretamente na sociedade brasileira e a alterar padrões de comportamento.

Os noticiários, principalmente depois do advento do *video-tape* e, mais adiante com a integração nacional pelo sistema de telecomunicações, principalmente na segunda etapa da televisão brasileira, a partir de 1964, foi

decisivo na formação da opinião pública, se transformando na esfera pública brasileira, principalmente num país com um número elevado de analfabetos, onde os índices de leitura de jornais são muito baixos, aliado ao preço elevado dos jornais em função do custo do papel (importado), já que a indústria nacional é insuficiente para atender a demanda.

As novelas também, ao longo desta segunda etapa, passaram a influenciar a sociedade brasileira tanto culturalmente como em outros campos, como moda, hábitos de consumo e inserção de temas que sempre foram tabus na sociedade brasileira. Mais adiante, vai se tratar destes temas que passaram a fazer parte desde a segunda etapa da televisão no Brasil.

Portanto, a primeira etapa está subdividida em dois períodos, o primeiro que vai de 50 até 59, quando a televisão estava concentrada no eixo Rio-São Paulo e o segundo que vai até 1964, quando houve a expansão regional.

No período de transição da primeira etapa para segunda, alguns fatos foram determinantes: A TV Globo, emissora nova no país, inaugurada oficialmente em 1965, pela família Marinho, proprietária do jornal O Globo e de uma cadeia de rádios, faz um acordo com o grupo americano Time/Life, em 1962, antes mesmo de entrar em funcionamento; ascensão da TV Excelsior; queda dos Diários Associados. Estes três fatores não são meramente casuais, são resultado da política econômica do país que se abria ao capital internacional que, naquele momento, travavam uma disputa violenta entre o capital nacional e o capital estrangeiro aliado a grupos nacionais.

A entrada do capital estrangeiro não se deu apenas nas emissoras de televisão ou na indústria cultural brasileira. Em todos os setores da economia havia uma disputa entre os interesses nacionais e internacionais.

Entretanto, diferente de outros setores econômicos, a indústria cultural tinha nas mãos rádio, jornal e televisão, veículos com capacidade para uma mobilização da opinião pública.

O acordo Globo - Time/Life, foi feito nas bases de dois contratos, assinado em 24 de julho de 1962 em Nova Iorque. Um de assistência técnica administrativa e

de treinamento de pessoal para a construção e operação de uma teve comercial e o outro chamado de Contrato Principal, uma conta de participação, “*joint venture*”, fórmula encontrada para burlar a legislação, pois a Constituição brasileira (1946), no seu artigo 160, proíbe a entrada de capital estrangeiro em sociedade concessionária de televisão, portanto também impedindo a orientação intelectual e o gerenciamento administrativo por parte do capital internacional. A fórmula encontrada para que fosse dissimulada a transgressão, foi o Grupo GLOBO vender o seu prédio para o grupo Time/Life e pagar um aluguel no valor referente a 45% do seu lucro líquido e 3% do lucro bruto pela assistência técnica e treinamento de pessoal (HERZ, 1991).

Neste período já se evidenciava uma estratégia das grandes corporações da mídia norte-americana de entrar na América Latina, principalmente na Argentina, Venezuela, Brasil e Colômbia, via *NBC-National Broadcasting System*, *ABC-American Broadcasting Corporation* e *Grupo Time/Life*. A forma de participação teria que ser com capital minoritário, portanto com sócios locais nestes países, em função da restrição que a legislação de comunicação impunha ao capital estrangeiro, mas a operação teria a efetiva participação dos grupos norte-americanos.

O Grupo Diários Associados, que nesta época agonizava, denunciou o plano da Rede Globo, de construir uma rede nacional de televisão com três pontos fundamentais. Primeiramente a busca de uma lucratividade maior, ponto este que não tinha nada excepcional, considerando que estamos em um sistema capitalista. O segundo seria para dar sustentação e legitimidade, tentando mobilizar a opinião pública de forma favorável à ditadura militar e, como terceiro ponto, formar uma cabeça de ponte para a entrada do capital estrangeiro no setor das comunicações no Brasil, a exemplo do que vinha ocorrendo na América Latina. Com estas denúncias e com o escândalo envolvendo a Globo, tornado público, veio a tona mais uma outra tentativa frustrada de entrada do capital estrangeiro no setor de comunicações: a *World Wide Missionaire Educational Foundation*, Organização dos Mórmons, de *West Monroe*, na Luisiânia, enviou para uma fundação “laranja” no Brasil, um milhão e meio de dólares para a compra da Rede Piratininga, composta por 29 emissoras de rádio, sendo que a maioria no estado de São Paulo.

Uma CPI foi instaurada para apurar o caso e concluiu que a Globo havia infringido o artigo 160 da Constituição e solicitava a punição da emissora. O

CONTEL – Conselho Nacional de Telecomunicações, formado por membros das três Armas, mais um representante do Estado Maior das Forças Armadas, ministérios da Justiça, Educação e Cultura, Relações Exteriores e representantes de partidos políticos, abriu processo administrativo para adotar as providências cabíveis aos fatos apurados na CPI. Na decisão sobre o processo, a maioria dos membros recebeu algum tipo de missão na Europa e aos civis foi dada a ordem terminante de votar favorável à Globo. Com isso o Presidente Marechal Castelo Branco, no lugar de cassar a concessão, determinou que a emissora regularizasse a sua situação num prazo de 90 dias.

A Rede Globo fortalecida com os dólares norte-americanos e com sua situação regularizada pelo governo militar, começou a inaugurar uma nova fase da televisão brasileira. Neste mesmo período, houve a ascensão e queda da TV Excelsior, uma tentativa de construção de uma televisão brasileira, com capital nacional, dos exportadores de café, de auge em 1962 e derrocada em 1963.

Assim como no sistema produtivo nacional, nas comunicações também começamos a constatar a hegemonia do capital estrangeiro e a internacionalização do mercado interno.

Já a TV Tupi, com o sistema de monopólio, dominou a primeira etapa da televisão no Brasil e entrou em crise no final dos anos 60, por ter uma estrutura arcaica, uma gestão administrativa fora dos padrões modernos, acabando por não superar a sua própria crise. Os Diários Associados se fortaleceu sob o paternalismo de governos populistas, e o momento pós-64 já apresentava uma outra característica.

Desde o início da década de 60, tinha entrado um aporte considerável de capital estrangeiro, desorganizando completamente o mercado de anúncios no país, que agora precisava da televisão para anunciar os seus produtos, mas, para isso, necessitava um veículo de abrangência nacional, ideologicamente afinado com esta política econômica internacional e principalmente com o Governo Militar e a sua Doutrina de Segurança Nacional. Portanto, a segunda etapa da televisão brasileira começa com a queda dos Diários Associados e o surgimento do oligopólio do Grupo Globo (CAPARELLI, 1982).

Nesta segunda etapa, já existia o vídeotape, que entrou no Brasil em 1962, mas é a partir de 1967 que se torna possível uma integração nacional, pois, até este período, apenas Rio, São Paulo e Belo Horizonte estavam interligados.

O Governo Militar, que tinha interesse estratégico na integração nacional, investiu alto na infra-estrutura de telecomunicações do país (1970), até porque era uma necessidade do mercado brasileiro, que entrava numa fase de consumo, e a televisão aproveitou todo este ambiente para o seu desenvolvimento e por também representar este modelo de integração com a difusão dos padrões norte-americanos, legitimando nossa dependência e servindo aos interesses da Ditadura Militar, que acabara de se instalar no país, sob forte censura e tinha necessidade deste aliado importante para legitimar a política e a economia.

É importante destacar que, neste período, tanto os Estados Unidos como a UNESCO aconselhavam o uso dos meios de comunicação para promover o desenvolvimento nacional. A Escola Superior de Guerra (ESG), criada e dirigida por uma elite de militares brasileiros, entre os quais, Castelo Branco e Ernesto Geisel, depois presidentes, elaborou a Lei de Segurança Nacional com atenção privilegiada ao sistema de comunicações. A televisão foi o meio de comunicação que mais se beneficiou de toda a infra-estrutura montada pelo Regime Militar, Ministério das Comunicações, Departamento Nacional de Telecomunicações, via Empresa Brasileira de Telecomunicações (Embratel), e Conselho Nacional de Comunicação, leis e decretos que favoreceram particularmente as telecomunicações, que foi usada para a difusão das idéias do regime.

O primeiro presidente militar foi Castelo Branco. Em 64, a inflação estava próxima de 80% e a dívida externa já tinha superado os três bilhões de dólares. Com as medidas tomadas pelo Ministro do Planejamento Roberto Campos, os trabalhadores enfrentaram um arrocho salarial sem precedentes no país. Acabou a estabilidade no emprego e foi implementado o FGTS – Fundo de Garantia por Tempo de Serviço e, em 1º. de junho de 1964, foi decretada a lei antigreve. Neste ano foi criado o BNH – Banco Nacional de Habitação –, que materializou institucionalmente o sonho de milhões de brasileiros pela casa própria; entretanto na prática não cumpriu com seus objetivos sociais. Antes de deixar o Governo, em março de 1967, o general Castelo Branco, editou uma nova Constituição,

centralizando ainda mais os poderes no Governo Federal (BIELSCHHOWSKY, 2004).

Em 15 de março de 1967, assumiu Costa e Silva, no seu governo, fechou o Congresso e decretou o Ato Institucional número cinco, o AI-5, em 13 de setembro de 1968, com prerrogativas de cassar os direitos políticos de qualquer cidadão brasileiro, cassar *habeas-corpus* e substituir governos nos estados e municípios (ALVES, 1984).

Costa e Silva não chega até o final de seu mandato, pois morreu antes de trombose cerebral. Com a morte do Presidente, assumiu uma Junta Militar composta por três ministros, que editou uma nova Constituição em 1969. Pouco tempo, depois decretou a Lei de Segurança Nacional, que no seu artigo 14 oficializa a censura: “É proibido divulgar, por qualquer meio de comunicação social, notícia falsa, tendenciosa ou fato verdadeiro truncado ou deturpado, de modo a indispor o povo com as autoridades constituídas” (SILVA, 1985).

Em outubro de 1969, assume o terceiro presidente militar, Emílio Garrastazu Médici. No período de maior repressão, de uma ditadura que está entre as mais duras do mundo, operacionalizada pelo DOI-CODI e pelos serviços secretos da Marinha, Aeronáutica e Exército, o Governo Médici se transformou em um dos Governos mais populares do país, usando *slogans* como “Brasil, ame ou deixe-o”, embalado pelas músicas “Eu te amo meu Brasil” e “Pra frente Brasil”, explorando vantagens políticas da conquista do tricampeonato mundial de futebol no México em 1970.

A televisão continuou a sofrer influência do governo nos conteúdos, principalmente depois do Ato Institucional número 5, com a censura. Parece, a primeira vista, que a televisão foi vítima deste processo, mas, muito pelo contrário, serviu-se da política de integração nacional do Governo Militar para o seu crescimento. Sob a tutela oficial se desenvolveu tecnologicamente, desde 64 até 85 (Governo Militar), e cresceu tanto na qualidade da programação como nos conteúdos. No final do Governo Costa e Silva e no Governo Médici, houve o plano “Milagre Econômico” (1968-1973), com abertura para o capital internacional e a televisão foi peça importante para estimular o consumismo, através dos anúncios.

Em 1968, o governo instituiu o CDC (Crédito Direto ao Consumidor) e houve um crescimento de 48% em relação ao ano anterior na venda de aparelhos de televisão.

Durante o “Milagre Econômico” o país experimentou taxas de crescimento do PIB (Produto Interno Bruto) de dois dígitos (1968-11,2%, 1969-10,0%, 1970-8,8%, 1971-13,3%, 1972-11,7% e 1973-14%) e uma inflação média de 20%. A dívida externa que em 1968 era de 3,9 bilhões de dólares chegou em 1973 a 12,5 bilhões de dólares (ALVES, 1984).

Neste período a repressão aos trabalhadores e aos sindicatos foi implacável. Era proibido fazer greve embora as perdas salariais chegassem a um terço anualmente no cálculo dos reajustes estabelecidos pelo Governo.

O Brasil viveu um crescimento econômico entre 1967 e 1973, ou seja aumento da produtividade de bens e serviços, sendo definido pelo índice do PNB (Produto Nacional Bruto) per capita. Entretanto não houve no país desenvolvimento econômico, que compreende além do aumento do PNB, melhoria de vida da população e alterações profundas na estrutura de sua economia.

O quarto presidente militar foi o general Ernesto Geisel, “vencedor” das eleições no Colégio Eleitoral, pelo partido da situação, ARENA (Aliança Renovadora Nacional) contra o MDB (Movimento Democrático Brasileiro), que concorreu com Ulysses Guimarães. Geisel tomou posse em 15 de março de 1974 e, neste mesmo ano, a oposição elegeu 16 senadores enquanto a situação fez somente seis. A resposta do Governo veio á 1º. de abril de 1977, com o fechamento do Congresso pela terceira vez desde 64.

Foram nomeados 22 senadores biônicos no dia 5 de abril, no dia 9 alterou-se o mandato presidencial de quatro para seis anos e, finalmente, no dia 13 fez-se a reforma do Judiciário, quando se instituiu a denúncia vazia, criando instabilidade nos milhares de inquilinos e favorecendo os proprietários de imóveis. Anteciparam-se as eleições, marcadas para janeiro de 1979, para outubro de 1978. Acabou o AI-5, mas manteve o autoritarismo com as “salvaguardas constitucionais” (SILVA, 1985).

Em 1977, a dívida externa chegava aos 32 bilhões de dólares (BIELSCHOWSKY, 2004). De 1969 até 1974, o Governo militar concedeu 69 novas

concessões de canais de televisão em todo o país (CAPARELLI, 1982). Geisel indicou o seu sucessor: o general João Figueiredo, a oposição indicou o general Euler Bentes Monteiro, mas o Colégio Eleitoral, reforçado pelos biônicos, apenas referendou a indicação de Figueiredo.

Em 1979, João Figueiredo assume a presidência e promove a abertura, anistia e a eleição para governadores. Em 15 de janeiro de 1985 a Aliança democrática (PMDB, PDT, PT, PTB e uma dissidência do PDS liderada por Aureliano Chaves) vence as eleições indiretas no Colégio Eleitoral e derrota o PDS, partido do Governo que tem como candidato Paulo Maluf. Tancredo não assumiu, morre de diverticulite em 21 de abril. Assume o vice José Sarney, ex-presidente da ARENA e do PDS no período da ditadura militar, inaugurando a Nova República. Sarney no seu Governo distribuiu concessões de retransmissoras mistas de televisão, quando da votação para definir o seu tempo de mandato que de direito era de seis anos, mas havia uma pressão do congresso para que ficasse em quatro anos. Na negociação com o Congresso ficou acertado que o mandato do presidente Sarney ficaria em cinco anos, entretanto no acerto houve farta distribuição de concessões de rádio e televisão.

Em 1988, com a promulgação da Constituição, o Capítulo da Comunicação Social determinava novas regras para as concessões de rádio e televisão, tanto a outorga ou a renovação (dez anos para rádio e quinze para televisão) deveria passar pelo Congresso Nacional e não apenas pelo Presidente da República como até então. No primeiro mandato do Governo Fernando Henrique Cardoso também 12 novas concessões foram outorgadas por Decreto. Os subsídios oficiais são determinantes na dependência dos veículos de comunicação de massa do Estado que mantém o controle sobre a indústria cultural brasileira e, por esta razão, é compreensível que em 1998, após o ajuste fiscal determinado pelo Governo Fernando Henrique Cardoso, conseqüência da crise financeira mundial, tenha havido uma grande retração das verbas publicitárias.

A televisão mostrava o sonho e a ilusão de uma vida melhor nas grandes cidades, das grandes oportunidades e os padrões de consumo a serem atingidos nas grandes metrópoles. Neste período, começa um processo sem igual de

migração do campo para a cidade e a formação de bolsões de miseráveis nas periferias dos grandes centros.

2.4 A INFLUÊNCIA DA PROGRAMAÇÃO DA TV NA SOCIEDADE BRASILEIRA

Este item tem o objetivo de mostrar pequenos exemplos, mas significantes, da influência da programação da TV no comportamento da sociedade brasileira, na cultura, nas demais mídias e no mercado. Embora o tema seja rico, poderá ser desenvolvido com mais profundidade num próximo trabalho de pesquisa, uma vez que este não daria conta pois o seu foco está centrado na TV Pública. As notas servem apenas como ilustração.

2.4.1 Novelas

Nesta época a televisão brasileira começava a experimentar um novo tipo de programação que resiste como um fator de grande transformação social: a telenovela. “Sua vida me Pertence” foi a primeira novela brasileira exibida pela TV Tupi em 1951, com capítulos de 15 minutos, apresentados duas vezes por semana com duração de três meses e que já fora sucesso no rádio. Os textos das novelas vieram da Argentina, Cuba e México e tinham a mesma trama melodramática. A novela na televisão teve uma influência fundamental das multinacionais:

É interessante verificar que o modelo inicial da telenovela brasileira foi trazido pela Colgate-Palmolive, já que a multinacional experimentara o gênero com sucesso em outros países da América Latina. Talvez a tendência em apontar estas primeiras experiências como dramalhões argentino-cubanos, sejam pelo fato de Goar-Mestre ter desde Cuba e, depois, de Miami, exportado programas por toda a América Latina, e por seus interesses posteriores na televisão Argentina, onde explorou e ajudou a introduzir o gênero (CAPARELLI, 1982, p. 138).

A novela na televisão tem a mesma função dos folhetins no século XIX na imprensa escrita, a busca de leitores e na televisão a busca por maior audiência, segundo Caparelli:

Os mesmos objetivos das telenovelas e folhetins, enquanto produtos da indústria cultural, são detectados no século XIX e XX. Os folhetins apareceram numa época em que a imprensa necessitava de leitores e a oferta de um produto, como o folhetim, veio suprir essa necessidade, pois a uma maior tiragem correspondia uma queda no preço do exemplar vendido. Estava ali, em especial como Émile de Girardin, o germen da imprensa de massa.

No Brasil, a telenovela aparece de uma maneira mais sistemática na segunda fase da televisão no país, quando esse meio de comunicação está em busca de audiência (CAPARELLI, 1982, p. 136).

Em 1963, a novela passou a ser diária, com a estréia de “25-499 Ocupado”, na TV Excelsior. Em 1964 a novela passa a ser um hábito com o “O Direito de nascer”, na TV Tupi de São Paulo.

Em 1968, um marco da televisão brasileira, as novelas passam a ter como trama o cotidiano nacional, com “Beto Rockefeller”, de Bráulio Pedroso. A partir daí, a telenovela passa a ser um produto nacional, como o café, o futebol e o samba. Uma novela de sucesso, atualmente chega a audiência de mais de 40 milhões de brasileiros.

“Irmãos Coragem”, de Janete Clair, foi o grande sucesso nacional da Globo em 1970-1971, tratando de temas como coronelismo e futebol, inaugurando o horário da novela das oito e o padrão global. Entre 1972 e 1973, a novela “Selva de Pedra”, de Janete Clair, exibida as oito da noite, chegou ao pico inédito e insuperável de 100% de audiência, segundo o IBOPE, no Rio de Janeiro e São Paulo (RAMOS, 1991).

“O Espigão” de Dias Gomes, 1974, e “O Grito”, de Jorge Andrade, 1975-1976, trataram da especulação imobiliária, sofrendo censura e pressões dos anunciantes da Globo. As duas novelas foram ao ar às dez da noite. Em 1975 a censura federal proibiu a novela “Roque Santeiro”, exibida dez anos depois (RAMOS, 1991).

Desde 1976, com a primeira novela colorida, “O Bem Amado”, que foi exibida no México, passou a ser produto de exportação. O Brasil (TV Globo) já exportou as novelas para 123 países diferentes.

Sendo a novela, desde 1967, a maior audiência da televisão brasileira, exibida no horário nobre (das 18 horas até às 22hs) e com ingredientes do cotidiano do país, acabou por consequência direta tendo uma influência singular na nossa sociedade.

Tomamos emprestada a definição de Roberto Ramos, de cultura Zona Sul”, ricos e pobres dividem valores econômicos e culturais dentro do universo da zona sul carioca. O casamento entre ricos e pobres deslegitima as diferenças das classes sociais.

A novela padronizou comportamentos e moda, a partir do centro cultural e de produção, eixo Rio-São Paulo, para as demais regiões do país. Como a programação regional tem índice insignificante comparativamente com a grade nacional, com exceção da região sul e leste, mas que, de qualquer forma, também é muito baixa (3%), é comum no norte e nordeste do país, jovens com padrões e referências cariocas e paulistas que contrastam com a realidade local. Estas disfunções vão desde a linguagem, com as gírias dos grandes centros, a moda e, principalmente, a cultura colocadas como referência de comportamento e atitudes na sua vida diária. Há um prejuízo para as culturas e valores regionais, tão ricos em sua diversidade. Também tem se verificado que esta influência afeta padrões de consumo e hábitos alimentares e cria um imaginário muito distante da realidade das comunidades, gerando ao mesmo tempo, um viver de faz-de-conta, com uma frustração ao se defrontar no dia seguinte com o viver o real em condições desfavoráveis, mas que, a cada noite, diante da televisão pode ser “anestesiado” para continuar o ciclo alienante, sem crítica e sem reflexão, tanto como indivíduo como coletivo, segundo Ramos (1986).

Esta parte da programação da televisão brasileira, a telenovela, merece uma reflexão mais demorada por seu importante papel no desenvolvimento social. A sua influência não se limita apenas ao que já mencionamos, mas se estende a outros setores da vida social. Os bens de consumo exibidos nas novelas, através de

merchandisings, que começou em 1973, na novela “Cavalo de Aço” de Walter Negrão, exibida às oito da noite na Globo. Um contra-regra coloca uma garrafa de Conhaque Dreher, abaixo da câmera que estava gravando um dos capítulos, reforçados nos intervalos comerciais. Com o tempo, foram mudando significativamente as escalas de valores das prioridades de cada família, onde possuir uma televisão é mais importante do que uma geladeira, fenômeno clássico das favelas do Rio de Janeiro. Daí para frente a propaganda subliminar passou a fazer parte do cenário das novelas, beneficiado pela inexistência de legislação para regular o seu uso.

O objetivo é arrastar o público ao consumo irracional, pois o inconsciente é o alvo. A imposição já descarta a vontade do telespectador. Ele pode se sentir com um mea-culpa por não consumir, quer dizer, a pressão moral. Talvez, simplesmente, adquira o automatismo da imitação. Além disso, há a competição em nível horizontal, que tende a se estabelecer, com motivações de status social. Por exemplo, se o meu vizinho comprou um Fiat Prêmio, eu preciso fazer o mesmo para não ficar para trás (RAMOS, 1986, p. 120).

Esta situação não fica restrita as classes D e E, pois na classe média (FERREIRA, 2001) esse padrão também sofreu alteração. O sonho da casa própria cedeu lugar ao carro do ano, como símbolo de *status* e de afirmação diante das demais pessoas de convivência e do bairro onde se vive. Também neste segmento é muito comum encontrar pessoas que pagam aluguel na cidade, mas possuem casa na praia ou no campo para lazer. Uma cultura típica da classe média alta americana, incorporada através dos enlatados e das novelas brasileiras, tendo como referência nacional a elite da zona sul carioca e, desta forma absorvidas por nossa sociedade (RAMOS, 1986).

2.4.2 Música

Esta influência também se deu na indústria cultural. Na música, os autores e intérpretes que tiveram ou têm suas obras incluídas na trilha das novelas viram saltar vertiginosamente a vendagem de seus discos e CDs, que antes eram insignificantes, para números nunca imagináveis, entrando direto nas paradas de

sucesso, como a música “Sozinho”, de Caetano Veloso, que tinha vendido 300 mil discos e pulou para mais de 1 milhão após entrar para a trilha da novela “Suave Veneno” (1999) como tema dos personagens de Luana Piovani e Rodrigo Santoro.

2.4.3 Literatura

O mesmo fenômeno se fez sentir na literatura, sempre que houve a adaptação de alguma obra para a televisão, tanto em novelas como para miniséries, a venda de livros subiu de forma surpreendente, como “Memorial de Maria Moura”, de Raquel de Queiroz, que vendia, de 1985 até 1994, mil exemplares/mês e após a série na TV passou para 12mil/mês. Outro exemplo significativo é o livro “Comédia da Vida Privada” de Luis Fernando Veríssimo, que vendeu 100 mil exemplares depois da série ser exibida pela televisão.

2.4.4 Cinema

O cinema brasileiro também não ficou imune à influência da televisão e o exemplo mais clássico é o filme “O auto da compadecida”, da obra de Ariano Suassuna, criada em 1957, que vendia 10 mil livros/mês até 1998 e dobrou a venda após a mini série em quatro capítulos. Guel Arraes, diretor da mini série levou a obra para o cinema e o sucesso, após passar pela televisão, foi extraordinário, sendo levado em 174 salas de cinema e visto por um público de 1,7 milhão de pessoas, arrecadando R\$ 9,4 milhões em sete semanas de exibição. É importante destacar que, durante a Ditadura Militar, o cinema brasileiro não teve espaço na televisão. Este era o período do Cinema Novo, onde Glauber Rocha representava a sua maior expressão e, portanto por razões ideológicas e da pressão da censura, eram privilegiados os enlatados americanos que, além de mais baratos, não criavam nenhum tipo de problema aos censores.

Durante a Ditadura Militar, o Regime exerceu uma censura dura que não se limitou ao jornalismo, como vai ser visto mais adiante, mas atuou de forma direta em toda a indústria cultural, principalmente na televisão, e, como não deixaria de ser, também nas telenovelas, principalmente para vender a Doutrina de Segurança Nacional, integração do país, e um clima de normalidade e tranquilidade em todo o território nacional, o que, na verdade contrastava com a realidade brasileira, pois nas sombras dos porões havia tortura e mortes dos adversários ao regime (SILVA, 1985).

Paradoxalmente foi neste período, entre 1968 e 1979, sob o Ato Institucional número 5, com a censura cada vez mais pesada sobre os veículos de comunicação e permanentemente no ar a ameaça de processo pela Lei de Segurança Nacional, que a televisão alcançou o seu maior crescimento, especialmente a Rede Globo.

Este período compreende os Governos de Emílio Garrastazu Médici e Ernesto Geisel, que também interferiam nos conteúdos da programação, condenando a violência e a falta de cultura nas programações que eram levadas ao telespectador. Existe um sem-número de novelas que sofreram a pesada mão da censura durante a Ditadura. Segundo o autor Lauro César Muniz, ocorreu também no período da Democratização do País, com “Aquarela do Brasil” (RAMOS, 1986).

Ainda no segmento das telenovelas, elas podem contar os movimentos que a sociedade brasileira teve ao longo da sua existência. Desde que este gênero passou a retratar o cotidiano, vários temas foram abordados. Se há crítica à manipulação da televisão, também devemos considerar a sua “contribuição” em vários assuntos que sempre foram tabus e que uma vez abordados pelas telenovelas, entraram na agenda da população.

2.4.5 Propaganda

Esta “contribuição”, Roberto Ramos classifica como Merchandising Social (RAMOS *in* ECOS REVISTA, 2005, p. 87), que, na ótica da Rede Globo,

equivocada, enxerga o social apenas pelo ângulo individual, desconectada da realidade, do sistema de produção e descontextualizada. É a visão de mercado. Tudo passa a ser mercadoria, com peso, medida e preço, pronto para ser consumido. A etiqueta do social é apenas um alibi para aliviar a consciência do estelionato que é praticado a cada capítulo (RAMOS, 1986).

2.4.6 Esporte

No segmento do entretenimento, devemos considerar o esporte como fator de forte influência na sociedade brasileira através da televisão. O esporte tal como o conhecemos hoje, especialmente o futebol, paixão dos brasileiros, é um campeão de audiência da televisão. A primeira Copa do Mundo realizada no Brasil foi no mesmo ano em que a televisão foi inaugurada no país, 1950. A data de 16 de junho de 1950 ficou marcada pela maior tragédia do esporte nacional. O Brasil perdeu a Copa do Mundo para os uruguaios em pleno Maracanã, gol de Gigghia em Barbosa. Nesta época, a imprensa escrita, mas principalmente o rádio, era o grande veículo de massas.

Como a televisão somente passou a ter uma abrangência nacional, a partir da sua segunda etapa em 1967, o seu impacto com o futebol somente foi percebido na Copa do Mundo de 70, no México. Essa foi a primeira Copa transmitida ao vivo para todo o território brasileiro. A seleção brasileira já era bi-campeã mundial, ganhara em 58 na Suécia e 62 no Chile. Vinha de um fracasso em 66 na Inglaterra e em 70 buscava o tricampeonato.

O Brasil estava em pleno Regime Militar e vivia a fase mais dura da ditadura sob o comando do general Médici. O técnico da seleção era o jornalista e militante comunista João Saldanha. Saldanha tinha sido escolhido pela Confederação Brasileira de Futebol mas não era do agrado do seu presidente João Havelange e nem do presidente do país, o general Emílio Garrastazu Médici. Saldanha fez uma campanha vitoriosa da seleção nos preparativos anteriores à Copa com 13 vitórias em 13 jogos no exterior. Um pouco antes da viagem para o México, foi realizado um jogo amistoso entre a Seleção Brasileira e o Atlético-MG, em Belo Horizonte. Vitória

do Atlético-MG por dois a zero com gols de Dadá. No final do jogo um incidente: O presidente Médici disse que gostaria de ver Dadá como centroavante da Seleção, ao que Saldanha rebateu: *“Não dei palpite no ministério dele, que não se meta no meu time”* (TOUGUINHÓ, 1994, p. 55).

Saldanha foi demitido e para o seu lugar foi convidado Mário Lobo Zagallo. Havelange, no dia seguinte foi até Brasília e se reuniu com o ministro da Educação, Jarbas Passarinho, o chefe do Serviço Nacional de Informações-SNI e o chefe da Casa Militar. Afinal de contas, futebol era assunto de segurança nacional.

O Governo Militar apostava na conquista do tricampeonato mundial como forma de envolver a população brasileira em torno da seleção e dos símbolos nacionais, mascarar as prisões, as torturas e o desaparecimento de adversários do regime. Zagallo assumiu a seleção e convocou Dada como centroavante. Tudo estava sob controle. A seleção pronta para a Copa, o futebol um esporte de massas com um veículo de massas para empolgar e unir a sociedade brasileira, a televisão.

O Brasil conquistou o tricampeonato mundial do México e a população unida festejou cantando “Pra frente Brasil, Pra frente Brasil, Salve a Seleção”. De 1970 em diante o futebol, que já era uma paixão nacional, passou a ser um produto nobre da televisão brasileira, ao lado das novelas e dos telejornais. Os jogadores, o árbitro e principalmente os torcedores, inclusive os cronistas esportivos fazem parte do espetáculo futebol.

O futebol, enquanto forma privilegiada da relação social esportiva no Brasil, seria investido por produções significativas diversas do corpo social nativo. Se no teatro falamos em catharsis, no futebol conviria falar de cathexis. A hipótese pode se tornar mais explícita se considerarmos a questão da mobilização de uma determinada quantidade de energia psíquica, no indivíduo, pelo sintoma. Por exemplo, a substituição inadequada do objeto sexual (capaz de gerar um sintoma do tipo perverso-fetichista) tem como base de alteração uma energia específica, a libido. O que sugerimos como hipótese, é a existência (lógica) de uma energia psíquica grupal, regulada por um princípio de constância histórico, capaz de explicar determinadas mudanças de interesses ou de aspirações coletivas, por substituição do objeto. Assim, o futebol seria um objeto deslocado (à maneira de uma encenação teatral) de tendências político-sociais frustradas (SODRÉ, 1977, p. 142).

O futebol é produto da Revolução Industrial, não é por acaso que nasceu na Inglaterra, primeiro país a implantar a industrialização. Com o advento da televisão,

enquanto produto também evoluiu. O mesmo ocorreu com outros esportes, que inclusive mudaram suas regras para se tornar produtos televisivos, como o vôlei, o basquete, o tênis, Fórmula-1 e tantos outros (SODRÉ, 1977).

Também como o futebol, o Carnaval é uma festa de massas, um evento comunitário com raízes na cultura brasileira e que foi apropriado pelo Governo, pelas empresas turísticas, pela iniciativa privada e, principalmente pela televisão. Num primeiro plano o Carnaval carioca, produto de exportação que a televisão apoiada no imaginário popular criou sub produtos como o carnaval baiano, o carnaval de Pernambuco, o carnaval Paulista e os carnavais regionais.

Entretanto, tomando apenas o carnaval como exemplo, existe uma diferenciação cultural do carnaval carioca para os carnavais regionais, porém a particularidade sofre um processo de negação, que a cultura tecnológica homogeneiza através da televisão. Portanto a cultura urbana cosmopolita é a cultura globalizada que concorre e sombreia a cultura alternativa. O que passa a ser cultura alternativa são as expressões culturais regionais, com toda a riqueza das suas lendas, dos seus ritos e suas falas e nas formas de passar adiante, fazendo um esforço para manter uma identidade que cotidianamente é mascarada, fragmentando cada grupo social.

No Brasil, a cultura industrial impõe-se em conjunção com o fator de inovação tecnológica (que tem colocado o país em relação de dependência com centros externos) e no quadro mais amplo de um crescimento descontrolado da produção monopolística. O sistema televisivo se investe, como qualquer outro setor acionado pelo avanço tecnológico, de caráter monopolístico, com suas inevitáveis conseqüências: escala de produção elevada e, na luta pelo domínio do mercado cultural, destruição ou assimilação das culturas concorrenciais. Estas culturas diferenciadas, implicando freqüentemente em formas alternativas de comunicação (comunicação inter-pessoal e oral como via de regra), são incompatíveis com o código implícito do médium (SODRÉ, 1977, p. 125).

A televisão, na medida em que teve que buscar, primeiramente, por falta de produção própria, os enlatados produzidos em Hollywood, para preencher a sua grade de programação e, num segundo momento, com capacidade de produção, se curvar às exigências de mercado e passando a produzir uma mercadoria com valor de troca, deixou de ser um veículo cultural e de ter compromissos com a cultura.

Tanto os seriados policiais como os desenhos animados eram extremamente agressivos com cenas de violência gratuita e já acendiam um sinal de alerta na sociedade brasileira. Ainda na primeira etapa da televisão, em 1961, início do Governo Jânio Quadros, com a criação do GEICINE, houve a determinação governamental de regular que, a cada dois filmes estrangeiros, deveria ser exibido um nacional. Grupos de técnicos, artistas e músicos se organizaram para dar conta da produção de filmes e espetáculos para a televisão. Logo depois, com a renúncia de Jânio Quadros, todo este esforço foi frustrado, as medidas de regulamentação foram suspensas, inclusive as regras estabelecidas para os intervalos comerciais (SODRÉ, 2003).

Assim como a cultura, a educação é um processo social. Não é privativa da escola e que tem como desafio maior a formação do cidadão para uma sociedade moderna e globalizada que necessita da interdisciplinaridade como instrumento capaz de enfrentar os desafios deste período. A comunicação é uma entre as ferramentas que compõe a formação do cidadão contemporâneo.

A televisão tem parte significativa na formação e na informação do indivíduo, até porque varias pesquisas já comprovaram que o tempo que uma pessoa fica na escola, em sala de aula, é menor do que o tempo em que fica diante da televisão (na média de três a quatro horas). No caso das crianças e dos adolescentes, onde a família tem um papel fundamental tanto na educação quanto na formação, o tempo de convivência e dedicação dos pais na orientação dos filhos, a exemplo da escola, também é menor do que o tempo em que ficam expostos à televisão.

Portanto, os pais e educadores competem em posição de inferioridade com os meios de comunicação, especialmente com a televisão na formação do cidadão crítico. É por meio da palavra que o sujeito recebe a comunicação do conhecimento, dos valores, das regras de comportamento, modelos e estereótipos da nossa sociedade e todo o processo social de aprendizado e o educar.

A influência da televisão se faz sentir sobremaneira não só pelo grande espaço de tempo a que se fica exposto a ela, mas também porque o mundo que nos chega é um mundo editado, fragmentado, já com uma visão que tem um olhar construído sob um determinado ângulo. A importância da formação de um cidadão

crítico, que saiba fazer uma leitura crítica da mídia, principalmente da televisão, é fundamental para que ao receber as informações deste mundo editado, entenda o que foi suprimido ou acrescentado pela visão de quem editou e então consiga compreender a realidade, consiga ver a totalidade (GUARESCHI, 2005a).

É preciso entender que tanto a escola como os meios de comunicação, particularmente a televisão, são fontes e lugares do saber, mas esta compreensão depende da apropriação do conhecimento da produção deste veículo, da forma de seleção das informações, como é feita a circulação destas mesmas informações e, portanto, toda a complexidade da sua elaboração, considerando os signos e os significados contidos em cada mensagem e os bens culturais que são produzidos e emitidos.

Quando tratamos de educação, estamos também tratando de cultura e logo surgem posições antagônicas. Os pessimistas entendem que a televisão não contribui de forma alguma com a educação e que em hipótese alguma pode ser considerado um veículo cultural e os otimistas que supervalorizam o papel da tevê achando que ela cumpre o seu papel no campo da educação e que na cultura vai muito além do que qualquer veículo na divulgação, incentivo e fomento e até mesmo sendo a própria cultura, dentro do seu projeto de mostrar as diversidades culturais mesmo de forma enviesada, do mesmo jeito que mostra a música popular, independente de ela ser comercial ou não, mas que o importante é que o gosto popular se faz presente na sua programação.

Portanto é fundamental que, diante de tamanha importância e influência da televisão na educação brasileira, a escola precisa de um projeto de atualização tecnológica com professores capacitados para trabalhar com a linguagem e os conteúdos desse meio, conforme destaca Maria Aparecida Baccega:

A escola, ressignificada, é chamada mais uma vez, e sempre, para, no bojo dessa realidade, apontar caminhos de democratização. Um desses caminhos passa pela distinção entre a informação, fragmentada, tal qual veiculada pelos meios de comunicação, e o conhecimento, totalidade que implica reelaboração do que está. Prevê ter claro que o virtual de um domínio nada mais é do que o resultado da interdiscursividade de todos os domínios, possível naquela formação social; que os diversos fenômenos da vida são concatenados em referência à sociedade como um todo. Para tanto, as informações fragmentadas não são suficientes. E essa inter-

relação só é possível pela interdisciplinaridade (BACCEGA apud BUCCI, 2000, p. 105).

Tem se constatado com frequência, que a informação fragmentada, selecionada e editada, tem sido incorporada como conhecimento. Esta informação particularizada não pode ser compreendida como totalidade. A totalidade só é acessível através do conhecimento, pois este desperta o senso crítico e pode levar a uma realidade que está mascarada por todos estes fragmentos que chegam cotidianamente pelos meios de comunicação, especialmente a televisão.

É importante que se faça uma distinção entre a informação enquanto bem de consumo num contexto histórico descontínuo e a informação que promove o sujeito dentro da sua história de vida, mas para isso é necessário que a escola conheça e ensine os processos de construção da informação e de forma crítica a transforme em conhecimento.

Os programas infantis e desenhos animados passaram a ocupar o maior tempo das crianças, que antes tinham brincadeiras saudáveis e viviam em comunidade com seus colegas. Elas começaram a ter um comportamento sedentário e isolado. Vários estudos constataram que as crianças ficavam mais horas na frente da televisão do que na escola.

A expressão “bába eletrônica” vem desta alteração de comportamento, na qual não eram mais necessários os cuidados da mãe de se preocupar nem com quem os filhos estavam brincando e nem onde estavam, pois a televisão se encarregava de manter o controle sobre as crianças que, imóveis, paralisadas, permaneciam horas e horas diante do aparelho, inclusive fazendo as refeições enquanto assistiam à programação, na verdade, repetindo um hábito dos adultos.

Segundo pesquisa do Grupo de Obesidade e Doenças Metabólicas do Hospital das Clínicas da Universidade de São Paulo, o excesso de tempo na televisão, no videogame e no computador contribui para a obesidade na infância e na adolescência. Além dos desenhos animados e dos programas infantis como Vila Sésamo, Sítio do Pica-Pau Amarelo e Castelo Rá-Tim-Bum, entre tantos outros, também os *shows* infantis das loiras, a mais notável Xuxa, ainda permanece no ar,

também dominou a programação infantil, tratando a criança como consumidor, com uma avalanche de comerciais e *merchandising*.

É normal os pais incentivarem as crianças a assistir televisão desde os primeiros meses de vida:

Há aqueles que nos contam que seu bebê fica mais contente com o que olha; outros destacam que seu filhinho, que já caminha, pára em frente o aparelho e exige que o mesmo seja ligado para ver os desenhos animados. Outros comentam que a criança olha um pouco e depois se retira. Também existem pais que se sentem muito orgulhosos porque seu filhinho de dois anos é capaz de cantar estribilhos de propaganda e imitar os gestos de atores, ou, ainda, porque imita com perfeição este ou aquele cantor da moda (SAIFER, 1991, p. 12).

A pretexto de ter assunto com os amiguinhos na escola, muitos pais incentivam os filhos a ver determinados programas na televisão (em geral violentos com heróis e anti-heróis). Nos finais de semana, a cena se repete. A diferença é que toda a família participa deste ritual, juntos na sala ou individualmente nos quartos da casa.

As crianças assistem tudo, sob a justificativa de ter mais informação e de que desta forma ficarão se preparando e, ao mesmo tempo, sabendo como é o mundo que irão enfrentar lá fora. A maioria não conhece os prejuízos que este hábito ocasiona as crianças e muito menos o relaciona com as dificuldades e problemas apresentados por seus filhos. Saifer (1991) relata como a mente infantil assimila os programas de televisão e descreve a dinâmica psicológica em relação aos espetáculos; depois explica a formação do psiquismo e se ocupa da influência da tevê sobre as crianças:

A televisão, como o cinema, o teatro ou o circo, requerem em primeiro lugar, a atenção visual e, associada a esta, auditiva, de modo tão intenso que ambas encobrem os estímulos percebidos pelos outros sentidos, incluindo o proprioceptivo (isto é, o orgânico).

Isto é possível devido a ação de um mecanismo psíquico denominado identificação projetiva, que nos permite imaginar que estamos no outro e sentimos o mesmo que ele, ao mesmo tempo nos induzindo a crer que somos esse outro que está no palco ou na tela.

O conjunto de sensações originadas em tais circunstâncias pela identificação projetiva, culmina com o fenômeno da catarse, palavra grega que designa o processo de dar vazão às emoções contidas, isto é, reprimidas.

A identificação projetiva e a catarse conferem ao espetáculo o mesmo valor afetivo e proporcionam um benefício parecido com o dos sonhos no ato de

dormir, pois constituem um veículo para a descarga das tensões inconscientes, com a qual se obtém o correspondente alívio psíquico (SOIFER, 1991, p. 13).

As crianças na primeira infância não necessitam dos espetáculos, pois este é o período de maior desenvolvimento psicomotor. A televisão está em casa e fica ligada a maior parte do dia ou até o dia inteiro e o tempo é muito superior aos demais tipos de espetáculos.

O cinema, por exemplo, é um espetáculo ao qual vamos, assistimos e voltamos para casa, caminhamos, falamos com outras pessoas e resgatamos a possibilidade de voltar a realidade. Quanto a televisão, pelo fato de estar em casa, nos coloca numa situação reclusa e de inércia diante do aparelho. Este é um mal para os adultos. Para as crianças as conseqüências são mais graves.

A identificação projetiva é a primeira característica após o nascimento, estabelecendo o narcisismo dos primeiros três anos de vida. Depois vem o amor pelas pessoas mais próximas, primeiramente a mãe, depois o pai e demais pessoas que estão próximas, em várias etapas, oral, anal e fálica. Depois vem a fase do controle esfinteriano, chegando a elaboração final do complexo de Édipo, chegando à socialização.

Finalmente, a comunicação estabelece os vínculos humanos. Com todos estes componentes e este breve resgate, pode-se aprofundar a influência da televisão no desenvolvimento mental das crianças, que irão lhe acompanhar até a vida adulta:

o bebê e a criança de tenra idade, enquanto permanecem sentados assistindo televisão, encontram-se impedidos de utilizar os outros mecanismos mentais, isto é, a introjeção, a sublimação e a reflexão, o que restringe grandemente suas possibilidades de crescimento intelectual (SOIFER, 1991, p. 24).

Além da perturbação na organização dessa função intelectual criada pelas imagens desconexas, há também um prejuízo na audição em função dos ruídos desarmônicos emitidos, principalmente pelos programas infantis na televisão. Outras conseqüências são dificuldades escolares, aborrecimento, apatia e a inapetência. O maior prejuízo é a formação de uma idéia irreal do mundo.

O Senado Federal publicou em 1998 o “Relatório Rádio e TV no Brasil – Diagnósticos e Perspectivas”, resultado do trabalho de uma Comissão Especial, criada em 1995, tendo na presidência o senador Hugo Napoleão, na vice-presidência o senador Artur da Távola e na relatoria o senador Pedro Simon. A comissão recomendava várias medidas para acabar com a baixaria na TV e propunha até uma lei especial, a exemplo dos EUA, para regular a TV infantil. Também recomendava o cumprimento do Art. 224 da Constituição de 1988, instituindo o Conselho de Comunicação como órgão auxiliar do Senado (SIMON, 1998).

Da infância para a terceira idade. A população acima dos 60 anos também assiste tantas horas de televisão ou até mais que o público infantil. Os aposentados estão entre os que mais tempo ficam expostos à programação infantil. A precária condição financeira que inviabiliza o lazer e a impossibilidade de deslocamento acaba transformando o idoso em refém da televisão (SAIFFER, 1991).

A programação da televisão retratava os velhos da mesma forma que a sociedade os via. Eram tratados como incapazes, estorvos da família. Esta imagem perpassava tanto pelas novelas como também pelos programas humorísticos. A partir de 2002, quando o país passou a reconhecer seus direitos e também aprovou uma legislação de proteção aos idosos é que a televisão passou a mudar o tratamento e incorporou no seu temário as denúncias de maus-tratos e os direitos que estavam sendo desrespeitados.

2.4.7 Telejornais

Nos telejornais há grande contradição. Embora as gerações mais velhas (décadas de 60-70 e 80) tenham sérias restrições à veracidade das informações passadas pela televisão, é através deste veículo e dos telejornais que as pessoas se informam e tomam conhecimento do que acontece em todo o país e no mundo.

O primeiro telejornal foi ao ar em 1º de abril 1952, o “Repórter Esso” na TV Tupi do Rio, copiado do rádio para a TV, portanto sem nenhuma imagem, sob a responsabilidade da agência que detinha a conta da Esso. Em 1962, um outro

marco do telejornalismo foi o “Jornal de Vanguarda”, que serviu de modelo durante muitos anos aos telejornais que ainda viriam e foi o primeiro a usar jornalistas e se beneficiar com o advento do videotape.

Muitos fatos estão no imaginário das pessoas depondo contra a credibilidade dos informativos. Um exemplo é uma manifestação célebre do Presidente Médici em março de 1973: “Sinto-me feliz, todas as noites, quando ligo a televisão para assistir o jornal. Enquanto as notícias dão conta de greves, agitações, atentados e conflitos em várias partes do mundo, o Brasil marcha em paz, rumo ao desenvolvimento. É como se tomasse um tranqüilizante após um dia de trabalho”. Esta frase, dita no período mais duro da Ditadura Militar, mostra o quanto era grande o controle da informação por parte do Governo e a manipulação da notícia pelos telejornais.

Em 1978, o AI-5 foi revogado pelo presidente Ernesto Geisel e a imprensa que esteve sob o arbítrio da Censura desde 1968, respirou novos ares, embora nunca o Governo deixasse de manter um controle sobre a televisão. Também foi neste período que houve o maior crescimento deste veículo, especialmente da Rede Globo. A partir daí, a televisão passou a ser o grande veículo de massas com audiências extraordinárias, por conta da sua programação cada vez com maior índice produzido no Brasil e um percentual mínimo de produtos importados.

Silvio Santos e Adolfo Bloch herdaram os canais da antiga TV Tupi, cassados em 1980 pelo Governo. O Sistema Brasileiro de Televisão de Silvio Santos inaugurou as suas transmissões em 1981 e a Rede Manchete de Adolfo Bloch em 1983, que depois de várias crises foi vendida em 9 de maio de 1999 para o grupo Tele TV do empresário paulista Amilcare Dallevo Júnior. A transferência do controle acionário da TV Manchete para a TV Ômega, da Rede Tele TV, foi assinada pelo ministro das Comunicações, Pimenta da Veiga no dia 14 de maio de 1999. Com isso, o Brasil conta neste período com quatro redes nacionais comerciais, Globo, Bandeirantes, SBT e Manchete. No plano regional duas redes se sobressaíam, Record em São Paulo e RBS no Rio Grande do Sul.

A Rede Globo estréia, no dia 1º de setembro de 1969, o Jornal Nacional, o primeiro telejornal com equipes em várias capitais brasileiras e a proposta de cobertura ampla em todo o país, tendo como apresentadores Cid Moreira e Hilton

Gomes. Em 1982, a Globo, através do Jornal Nacional, tentou manipular a opinião pública numa tentativa de asfaltar o caminho para uma fraude nas eleições do Rio:

No Rio de Janeiro ficaram a descoberto as duas pontas desse plano de fraude: a tentativa de condicionamento da opinião pública desenvolvida pela Globo e a da manipulação fraudulenta da totalização dos votos pela empresa Proconsult, responsável pela apuração dos resultados. Os registros jornalísticos do episódio não vinculam claramente o estreito relacionamento da atuação da Globo com a manipulação da totalização. Esse tipo de fraude também foi detectado, pelo menos, em outros cinco estados: Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Alagoas, Pernambuco e Mato Grosso. Assim o ex-diretor regional de Jornalismo da Globo no Rio, jornalista Luís Carlos Cabral, relatou o processo que testemunhou bem de perto: 'O papel da rede Globo de Televisão no caso Proconsult, nas eleições de 1982, era apenas o de preparar a opinião pública para o que iria acontecer: o roubo, por Moreira Franco, dos votos de Leonel Brizola'. Aliás, dos votos do povo (HERZ, 1991, p. 14).

Em 1984 aconteceu a campanha das "Diretas-Já", onde ocorreu um outro exemplo de manipulação no jornalismo: a notícia do comício das diretas na Praça da Sé em São Paulo que o Jornal Nacional deu como se fosse a festa do aniversário da cidade, 25 de janeiro. Há a questão da edição do debate entre Collor e Lula, que foi ao ar também pelo Jornal Nacional e que todo o povo brasileiro tomou conhecimento da manipulação.

Fora da esfera política, existe o caso da Escola Base de São Paulo (1994), onde, prematuramente, a Rede Globo e toda a grande imprensa brasileira, condenou os professores desta escola por abusos sobre as crianças e sem as mínimas chances de defesa dos acusados, criando prejuízos irreparáveis aos proprietários da instituição, que hoje estão sendo indenizados por decisão da justiça.

Todos estes fatos, aliados a tantos outros, criaram uma suspeição sobre os noticiários, mas, de qualquer forma, os telejornais ainda são a grande fonte de informação da sociedade brasileira e instrumento para a formação da opinião pública. Segundo Sérgio Mattos a influência da televisão brasileira na formação da opinião pública pode ser constatada com os resultados de uma pesquisa feita pelo IBOPE em 1980:

Ouvidos três mil telespectadores, homens e mulheres, os resultados fortaleceram a visão predominante de que o jornalismo era e continua sendo a mais importante e ampla fonte de informação da população. O primeiro dado era de que 73% do público pesquisado tinha acesso à

televisão. Os telejornais foram identificados como os preferidos por 87,4% dos homens pesquisados e como sendo o segundo programa preferido de 71,3% das mulheres. O programa preferido das mulheres eram as telenovelas e o segundo preferido dos homens, os programas esportivos (MATTOS, 2002, p. 113).

Outra consequência são os programas de entretenimento com a “grife” do jornalismo e se confundindo com o telejornal, como o *show* da vida, o Fantástico, no ar desde 1973. Programas como Domingo Legal, comandado por Gugu Liberato no SBT, em busca de audiência, simulou uma entrevista durante o programa com presidiários (1997) e teve por consequência uma advertência da ANATEL e um processo do Ministério Público. O apresentador fez um acordo e pagou uma multa de 750 mil reais em dez parcelas. Fato semelhante já ocorreu com o programa Domingão do Faustão, também em 1997, (TV Globo), quando o apresentador serviu um “Sushi erótico” tendo como refeição uma modelo nua com iguarias japonesas. (MATTOS, 2002).

Até mesmo nos presídios, segundo o depoimento de um preso, sem a televisão é ficar preso duas vezes. É através da televisão que eles sabem o destino de seus companheiros de crimes, se foram presos, mortos ou conseguiram fugir da polícia a cada ato ilegal cometido. Além dos telejornais, a televisão, na busca desesperada pela audiência, apelou para programas sensacionalistas como Cidade Alerta, Linha Direta entre outros tantos (MATTOS, 2002).

Em 1985, Tancredo Neves foi eleito de forma indireta, mas morreu antes de tomar posse, assumindo a presidência do Brasil, o vice José Sarney, dando início a Nova República e usando televisão da mesma forma que o Regime Militar.

Em 5 de outubro de 1988, foi promulgada a nova Constituinte, que privilegia a comunicação no capítulo V. O texto do Art. 220 no seu parágrafo 1º. e 2º. veda a censura e qualquer forma de violação à liberdade de imprensa. A proibição de monopólio ou oligopólio nas comunicações está expresso no parágrafo 5º. No artigo 221 estão fixadas normas para a produção e programação de rádio e televisão. Este artigo também expressa as finalidades da programação e que devem primar por objetivos educativos, artísticos, culturais e informativos, buscando o estímulo a produção independente e valorização da cultura nacional e regional. O artigo 222 abre a possibilidade de brasileiros naturalizados há mais de dez anos assumir

cargos administrativos ou de direção intelectual em veículos de comunicação e o artigo 223 trata de outorga e renovação de concessão de canais de rádio e televisão e avança ao determinar que a aprovação deve ser do Congresso Nacional e o cancelamento antes do prazo de dez anos para rádio e quinze para televisão passa para a esfera judicial (MATTOS, 2002).

Depois de quase três décadas, o Brasil teve a sua primeira eleição direta para a Presidência da República. Foi também a primeira campanha midiática. É preciso dizer que o candidato Fernando Affonso Collor de Mello foi tornado personalidade pela televisão, eleito pela televisão e derrubado pela televisão.

Em 1987, dias antes de tomar posse como Governador de Alagoas, Fernando Collor chegou a Brasília para fazer uma denúncia ao procurador da República Sepúlveda Pertence sobre os altos salários e benefícios de funcionários do Estado, resultado dos desmandos de seus antecessores Divaldo Suruagy e Guilherme Palmeira. Ia solicitar a suspensão dos pagamentos. Porém, antes, gravou uma entrevista no Bom Dia Brasil da Globo. Pela manhã, assistiu ao Jornal no seu quarto e depois desceu para o café da manhã, no hotel onde estava hospedado e, ao entrar no restaurante, foi aplaudido pelos presentes. A tarde, a imprensa aguardava Collor na saída da audiência e ele prometia caçar os marajás das Alagoas. A noite, os telejornais lançaram Collor para o Brasil.

Em 1990, Fernando Collor de Mello assumiu a presidência e ficou até 29 de dezembro de 1992, quando renunciou para não sofrer o impeachment, por denúncia de corrupção, votado pelo Congresso. A campanha eleitoral, quando da disputa entre Lula e Collor, foi a primeira acompanhada totalmente pela televisão, com os debates atingindo índices elevados de audiência. Foi uma campanha midiática e com a introdução do marketing na disputa de votos. Assumiu a presidência, o vice Itamar Franco, que cumpriu o restante do mandato (CONTI, 1999).

O Plano Real de 1994 até 1998, de Fernando Henrique Cardoso, controlou a inflação e garantiu uma estabilidade econômica no país e, com isso, facilitou o acesso das classes C e D ao aparelho de televisão colorida (Ferreira, 2001). Este fato teve como consequência uma alteração na programação da televisão brasileira, houve uma mudança de rota e os diretores de TV começaram criar programas

popularescos e programas de auditório para conquistar este novo público receptor e consumidor.

Em 30 de dezembro de 1991, foi aprovada a lei 8.399, que regulamenta o Conselho de Comunicação Social. A instalação do Conselho somente acabou acontecendo em 2002, como órgão auxiliar do Congresso, resultado do acordo que aprovou a entrada do capital estrangeiro nos veículos de comunicação. A demora para a regulamentação foi resultado da pressão do empresariado da área de comunicações para que não ocorresse, pois repudia qualquer tipo de organismo que tenha a participação da sociedade civil e que seja fórum de discussão do setor.

Outro fator determinante que influenciou o sistema de comunicações do país foi a aprovação da Lei 8.977, em janeiro de 1995, que regulamentou a TV a cabo, implantada 3 anos depois com seis operadoras. Esta lei trouxe vários avanços, se tornando uma das mais modernas e democráticas do mundo, entretanto vários dispositivos não foram regulamentados, porque necessitam de leis complementares que não foram votadas pelo Congresso.

Em Porto Alegre, em 28 de agosto 1996, inaugura-se a primeira TV Comunitária do Brasil, gerida por organizações não governamentais e sindicatos. Nos sistemas a cabo e MMDS (Multichannel Multiplication Distribution Service), a Net, da Globo e a TVA, do Grupo Abril. Desde 1996, na Banda KU, a SKY Net da Globo, e a DirecTV da Abril. Em 1998 entraram em operação os satélites Tecsat e KTV (MACHADO, 1996).

A criação e a regulamentação das rádios comunitárias foram uma iniciativa do Governo Fernando Henrique Cardoso em 1996. Entretanto é tão complexo o nível de exigências que é praticamente impossível uma comunidade obter a outorga de uma rádio comunitária. Existem atualmente oito mil pedidos de concessão aguardando parecer da ANATEL.

Neste mesmo ano de 1996, foi criada a Agência Nacional de Telecomunicações (ANATEL), subordinada ao Ministério das Comunicações, para regular os serviços de telecomunicações. A MTV inaugura em maio de 1997, em João Pessoa, as transmissões em UHF. Em 27 de setembro de 1999, se efetivou a transmissão da Rede Pública de Televisão (RPTV), tendo como cabeças de Rede a

TVE-Rio e a TV Cultura de São Paulo. Em 11 de dezembro de 2001, a Câmara Federal aprova a entrada de capital estrangeiro nas empresas de comunicação do país em até 30%.

Desde 1999, o Brasil começa a discutir e estudar a mudança do sistema analógico de televisão para o sistema digital. Três padrões estão em disputa: o americano, ATSC, o europeu, DVB-T e o japonês ISDB-T, todos apresentam pontos positivos e negativos para implantação num país continental como o Brasil. Televisão com alta definição, excepcional qualidade de áudio e imagem, além de interatividade e conexão com Internet é o que deve ocorrer com a mudança de tecnologia e infra-estrutura das telecomunicações. Em 2006, o país se definiu pelo modelo japonês sem ouvir a sociedade civil e desprezando todo o investimento realizado para a criação de um Sistema Brasileiro de Televisão Digital. A expectativa é que a passagem de analógico para digital, leve de 5 a 15 anos para ser totalmente implantado no país. Outra questão que continua aguardando uma solução e uma definição do Governo Brasileiro é uma nova Lei Eletrônica de Comunicação de Massas, uma lei que regule o serviço de rádio e televisão no país (MATTOS, 2002).

A Televisão brasileira, desde o seu início, teve o apoio da classe A, uma desconfiança da intelectualidade da época, pertencente à classe média alta e, a fascinação dos pobres da classe C. Entretanto, foi na segunda etapa da televisão que a classe média em geral, tanto alta como a baixa foram conquistadas por este novo veículo.

Consolidando o intento de transformar o telespectador em consumidor, numa lógica capitalista e num país que estava tentando firmar o seu processo industrial, passou a cumprir com o seu papel mercadológico e ser um grande propagandista dos bens de consumo de uma forma natural, mascarando a relação de dominação de uma classe sobre a outra exercendo o fetiche do produto que faz o capital circular, a indústria produzir e o telespectador consumir. A classe B (classe média) estava ávida por consumo e por viver num país que estava em pleno desenvolvimento, partindo para o progresso, como propagandeava o governo nesta época.

Todas estas transformações e influências também atingiram a Classe C, os pobres. Hábitos mais elementares foram se modificando. Tanto a classe média como os pobres tinham o hábito de fazer as suas compras no armazém do bairro ou na feira livre, onde barganhavam preços e a qualidade dos produtos. Isso acabou mudando. Entraram nas cidades as redes de supermercados com grandes campanhas publicitárias na televisão, praticamente quebrando estes pequenos comércios. A partir daí, num espírito de pertencer à modernidade, as pessoas passaram a fazer as suas compras nos supermercados, onde não há mais a barganha, não há o caderno para comprar e pagar depois no final do mês, mas pagamento à vista, sem barganha e com pequenas opções de escolha de produtos, tendo que levar apenas o que estava a disposição nas prateleiras (MATTOS, 2002).

Depois da classe média conquistada e da classe C era importante atender à elite, que sempre deu apoio incondicional para a televisão. A indústria precisava anunciar os seus produtos de luxo, porque este era um anunciante que tinha potencial para contribuir no crescimento deste veículo. Anúncios de carros, imóveis e bens sofisticados, passaram a ser constantes nos intervalos comerciais e produzir um novo fenômeno na sociedade brasileira. As pessoas, mesmo em condições precárias, passaram a viver a vida da televisão e deixaram de viver a sua realidade. Sobre este fato, Bordieu destaca o papel da televisão como preponderante sobre o cotidiano das pessoas:

E, insensivelmente, a televisão que se pretende um instrumento de registro torna-se um instrumento de criação da realidade. Caminha-se cada vez mais rumo a universos em que o mundo social é descrito-prescrito pela televisão. A televisão se torna o árbitro do acesso à existência social e política (BORDIEU, 1997, p. 29).

Hoje é natural, em qualquer favela, em qualquer bairro miserável, casas feitas de caixotes ou de latas, ostentarem orgulhosamente uma antena de televisão, mesmo que no seu interior não haja uma geladeira ou utensílios domésticos de primeiríssima necessidade. Mas mesmo assim as pessoas assistem passivamente e com naturalidade a programação da televisão com ricos exibindo o padrão da zona sul carioca e anúncios de produtos que jamais terão acesso (MATTOS, 2002).

A televisão e a publicidade são legitimadores da classe dominante e crescem em consonância com a modernidade industrial ao mesmo tempo em que convive e se beneficia de setores atrasados da economia tanto nas cidades como no campo, tendo como objetivo assegurar o *status* do mercado e da mercadoria.

Esta contradição fica exacerbada diante da seguinte situação: a grande maioria da população tem acesso facilitado pelo crediário a um aparelho de televisão, porém não tem acesso ao mercado real de bens de consumo anunciados pela televisão e dirigidos a um público muito pequeno em razão da concentração de renda no Brasil.

Já a grande maioria que teve acesso ao aparelho de TV e não tem acesso às mercadorias anunciadas, passa a viver o imaginário, tanto no consumo como no padrão de vida. Assiste propagandas de Bancos sem ao menos ter conta bancária, cartões de crédito sem ter crédito, automóveis de luxo quando apenas usa transporte coletivo, condomínios classe A quando mora numa área de invasão.

Portanto, a grande maioria da população brasileira é apenas consumidor virtual. Culpa da televisão? A “demonização” é feita numa análise apressada, quando muitos críticos reducionistas transferem toda a responsabilidade para o meio. É necessário considerar que este veículo é um elemento da super estrutura capitalista pós-industrial e num período de globalização que ultrapassa fronteiras geopolíticas e está colocando em crise os Estados Nacionais (MATTOS, 2002).

A televisão permeia a sua influência em toda a sociedade e até mesmo na imprensa. Os jornais brasileiros nem sempre se desenvolveram através do mercado, embora necessitassem das verbas de anúncios. Os seus apoios sempre tiveram ancorados em grupos políticos, verbas públicas e insumos governamentais.

“Os editoriais e as campanhas costumavam refletir as posições de grupos diversos: estaleiros, pecuaristas, cafeicultores, indústrias nacionais, etc” (SODRÉ, 1999, p. 92).

No Brasil, a Revista “O Cruzeiro”, que desde 1928 tinha forte penetração (chegou a vender 500 mil exemplares), adotara o modelo da Life, baseada na fotografia como notícia e depois a Manchete (1952), com uma paginação bem

sofisticada, tendo a sua força na imagem, com uma diagramação cuidadosa e um tratamento fotográfico moderno, inspirado na Paris-Match, abriram o caminho para o mercado publicitário mudar de foco e apostar no veículo que é por excelência imagem. Os anúncios de produtos de luxo que sustentavam as revistas migraram para a televisão.

Desta fase inicial, até os dias de hoje, a televisão foi gradualmente se tornando o veículo de primeira grandeza, tanto para o público como para o anunciante. A imprensa foi se tornando periférica ou satélite da televisão. Os cadernos de cultura dos principais jornais do país foram se transformando em cadernos de TV, tratando da vida dos artistas da televisão, guias de programação e de forma mais sofisticada com críticas de TV (MATTOS, 2002).

As revistas na sua grande maioria têm seções unicamente para tratar da televisão e são inúmeras as publicações exclusivamente dedicadas a televisão.

O maior fenômeno, entretanto ocorreu com o jornalismo. No início a televisão era pautada pelos jornais, mas, com o tempo, começou a ocorrer uma inversão. Atualmente é a televisão que pauta os jornais e as revistas, com raras exceções. Se um fato não é divulgado pela televisão, ele não existiu socialmente.

Os números dos leitores de jornais e revistas são insignificantes, pois a tiragem de exemplares no Brasil esta na casa dos 7 milhões, diante dos milhões de telespectadores (40 milhões de residências) que assistem os telejornais das emissoras de televisão no Brasil, principais fontes de informação da sociedade.

Há também uma influência negativa da televisão principalmente aos setores marginalizados, estigmatizados e, especialmente aos minoritários da sociedade brasileira. Primeiramente, a questão da discriminação racial, na qual as queixas vão desde a invisibilidade da cor até os papéis subalternos em que os afro-brasileiros são apresentados.

Tem sido uma constante reclamação do movimento negro às emissoras, através das suas variadas organizações, para que o negro ocupe posições sociais dignas com o seu desenvolvimento nas diversas camadas sociais, que acaba não sendo retratado nas novelas, produto nobre da televisão brasileira. Estas queixas

são reforçadas pelos artistas negros, que tem declarado com freqüência em entrevistas que aos negros são reservados os papéis de domésticos, motoristas, policiais, bandidos e outros de menor importância social. Milton Gonçalves, ator de talento reconhecido, militante engajado do Movimento Negro, tem permanentemente exposto à opinião pública esta contradição. Justifica dizendo que o Brasil é um país onde a maioria da população é negra mas que a televisão embranquece o povo tanto visualmente como intelectualmente e não usa padrões nacionais na sua estética, mas padrões importados. Os dirigentes das emissoras de tevê tem se calado sob estas acusações. Nos noticiários, os negros aparecem em matérias policiais com freqüência.

Nos programas esportivos, principalmente no futebol, o negro tem o espaço consagrado aos atletas de elite do país, assim como na música, os cantores negros são reconhecidos na programação de entretenimento. Entretanto ficam segregados aos programas segmentados. No jornalismo fica evidenciado claramente este processo de exclusão. A maioria dos jornalistas negros trabalha atrás das câmeras, onde a invisibilidade está assegurada. São raros os negros que estão no vídeo.

Em 2004, o Núcleo de Comunicadores Afro-Descendentes do Sindicato dos Jornalistas do Rio Grande do Sul, realizou pesquisa em convênio com o Núcleo de Pesquisa da Faculdade de Sociologia da PUC, nos meses de abril e maio, para apurar a realidade da categoria nas emissoras de televisão no estado e encontrou apenas quatro jornalistas exercendo a profissão, à frente do vídeo no Rio Grande do Sul, num universo de 794 jornalistas, o que representa 0,005%, sendo três na Capital e um no interior do estado, na cidade de Rio Grande. Havia a percepção desta realidade, porém os números trouxeram uma realidade mais grave e mais dura do que a impressão que se tinha. A pesquisa foi apresentada por Agnéa Magali Winter como parte do seu estágio no Sindicato pela Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas – departamento de Ciências Sociais da PUC (www.jornalistas-rs.org.br, 2005).

As mulheres também se sentem atingidas pela forma que são tratadas pela televisão. As queixa maiores se referem aos intervalos comerciais, onde a mulher é colocada em patamar de igualdade ao produto que está sendo anunciado. Há uma exploração da figura feminina, pela sexualidade com o corpo transformado em

mercadoria. Mas esse olhar da televisão não se limita unicamente aos intervalos comerciais. Nas novelas também as cenas de sexo, expõe as mulheres a uma imagem de objeto da conquista masculina. Os grupos feministas com frequência têm protestado e levado as suas reclamações até as emissoras, que se mantêm mudas e sem nenhuma interlocução.

Mas as manifestações mais ruidosas tem partido dos movimentos *gays*. Eles acusam a televisão brasileira de discriminação e ridicularização. Tanto nas novelas como em programas humorísticos são caricaturizados por personagens degenerados e com conduta anti-social, não reconhecendo o direito a livre opção sexual. Quando um autor mais ousado tenta introduzir o tema em alguma novela, recebe pressões da emissora, dos telespectadores e acaba cedendo. O autor Manoel Carlos, apresentou na novela das 21hs “Mulheres Apaixonadas”, as questões dos idosos, lesbianismo e violência. A Globo se defende ao ressaltar campanhas contra as drogas e doação de órgãos que foi ressaltado na novela “O Clone” e as dificuldades dos deficientes na novela “América”. A audiência registrada pelo IBOPE acaba se sobrepondo ao conteúdo.

Tanto a tecnologia como a conscientização da sociedade brasileira tem contribuído para a democratização das comunicações no país (MATTOS, 2002).

A legislação brasileira, conhecida como a Lei do Cabo, Lei 8.977, de 6 de junho de 1995, sancionada pelo Presidente Fernando Henrique Cardoso, uma das mais avançadas do mundo, criou a obrigatoriedade de canais locais para exibição de conteúdos produzidos autonomamente e, além disso, a permissão de canais comunitários. Além dessas perspectivas, existe a oferta de um sem-número de canais segmentados que permite ao receptor possibilidades variadas de escolha de emissora de acordo com o seu interesse, sendo uma alternativa para a tão questionada programação de baixa qualidade e, principalmente de se sujeitar à hegemonia da Globo instalada no Brasil e que vigorou por quase cinquenta anos com a TV aberta.

Outro fator que contribuiu foi o *zapping*, que permite ao telespectador trocar de canal e até mesmo de programa sem se movimentar. Com isso, o receptor faz a sua própria edição, trocando freneticamente de programa, assistindo apenas ao que

lhe é interessante, sem nenhum esforço físico e apenas sintonizando o que realmente deseja. É um processo de colagem pós-moderna, no qual o cidadão se torna sujeito, mesmo que precariamente. A possibilidade futura da chegada da televisão de alta definição, com o sistema analógico sendo substituído pelo digital, abre o horizonte para a interação.

Existem várias entidades desenvolvendo um trabalho sobre a democratização das comunicações que começa a dar resultados, embora lentos, mas que apontam para um grande avanço. Vale destacar o FNDC – Fórum Nacional pela Democratização das Comunicações, criado em abril de 1991, formado por trinta e duas entidades nacionais, com 44 comitês regionais e Comissões pró-Comitês . No seu documento “Bases de um Programa para a Democratização da Comunicação no Brasil”, apresenta entre os objetivos estratégicos gerais, quatro objetivos estratégicos específicos (ANEXO B), orientadores para políticas públicas. A primeira estratégia é:

o Controle público, como base de relações democráticas que atribuam à sociedade condição de iniciativa diante do Estado e do setor privado. Estas novas relações pretendem revolucionar as bases do poder real, neste país, com a superação da mistificação do Estado como encarnação onisciente e onipotente da universalidade e detentor exclusivo do monopólio da representação do público (www.fndc.org.br, 2005).

A segunda estratégia trata da reestruturação do mercado, na área das comunicações e aponta para a superação do espontaneísmo e dá um rumo para que se desenvolva com um objetivo humanista:

Para o alcance deste objetivo, é decisivo a existência de um Governo Federal que adote medidas de estímulo a concorrência e ao exercício da capacidade empreendedora, em larga escala no país, tanto no seu sentido comercial como político, visando a pluralidade (www.fndc.org.br, 2005).

A terceira estratégia trata do desafio de capacitar tanto a sociedade como o indivíduo:

imprescindível para uma mobilização crescente da sociedade, do setor privado e do Estado na realização das tarefas gigantescas e complexas, mas perfeitamente exequíveis, de revolucionar estruturalmente os sistemas de comunicações do país. É uma mobilização que deve conferir legitimidade

e sentido social à atuação do setor privado, e estabelecer uma ampla representação da pluralidade nos sistemas de comunicações. São medidas que vão da disseminação da capacidade de produção de inteligência pelos setores organizados da sociedade, sobre a área das comunicações, até o estímulo à autonomia intelectual dos indivíduos (www.fndc.org.br, 2005).

E finalmente a quarta estratégia considera como prioritário a intervenção do público sobre os meios de comunicação que hoje incidem de maneira praticamente exclusiva sobre a cultura nacional:

O país necessita de uma política de desenvolvimento da cultura para alcançar autonomia estratégica e exercer sua soberania, num contexto internacional particularmente adverso. É necessário deflagrar um processo civilizatório, com o concurso dos meios de comunicação de massa para que o país, democraticamente, possa arbitrar seu destino e suas finalidades (www.fndc.org.br, 2005).

Depois deste breve resgate da história social da televisão brasileira, o próximo capítulo vai classificar os modelos de televisão do Brasil e as características da televisão pública.

3 SISTEMAS E MODELOS DE TELEVISÃO

O objetivo deste capítulo é classificar os modelos e sistemas de televisão que são desenvolvidos e o esforço de aprofundar as características da televisão pública, destacando algumas categorias, principalmente as fundamentais, para poder através delas, fazer uma análise e chegar a uma possibilidade de identificar o que é pública e o que não é.

O desafio é inicialmente tentar classificar as características da televisão comercial e da televisão educativa em canal aberto, já que este foi o modelo implantado no Brasil, seguindo o norte-americano, ao contrário do que ocorreu na Europa, onde o primeiro modelo de televisão foi o público. Também identificar na televisão paga as várias possibilidades de emissoras pública e estatal que foram criadas através da Lei do Cabo.

3.1 TV ABERTA

3.1.1 Televisão Comercial

A televisão comercial, embora seja uma concessão pública, se comporta como uma empresa privada, sem nenhum compromisso público e tem como única finalidade o lucro. Tal lucratividade é atingida através da venda de anúncios publicitários e *merchandising* que são “embutidos” nos seus produtos. Os programas produzidos têm como objetivo a massificação, independentemente da sua qualidade, pois o que importa é atingir grandes índices de audiência. Na verdade a televisão comercial ou privada, vende é o telespectador para o anunciante e que quanto maior o número de telespectadores, mais valorizado será o espaço publicitário (GUARESCHI, 2005). Outra fonte de renda deste tipo de emissora é a venda de seus produtos para o exterior (ex: novelas, documentários, programas infantis e

jogos de futebol). Outra característica da televisão comercial é a visão de que o telespectador é um mero consumidor (o valor de um espaço publicitário é proporcional a audiência do programa).

A televisão comercial, principalmente no Brasil, faz parte de conglomerados da mídia, na sua grande maioria com propriedade cruzada (posse de outros meios de comunicação, como jornais e revistas), tanto horizontal (poucos grupos controlam a televisão aberta e paga) como vertical (vários canais de televisão aberta comercializam e repassam seus programas para outros países). No sistema de monopólio da televisão brasileira também se verifica não só um poder comercial muito grande mas também um grande poder político e social, inclusive se comportando como se fossem verdadeiros partidos políticos e em última análise como primeiro poder, com grande capacidade de influência na sociedade, tornando o Estado refém dos seus interesses (GUARESCHI, 2005).

Aproveitando-se de uma situação privilegiada, os grupos que detém concessão de canais de televisão aberta, participam de outros ramos da economia, criando estruturas econômicas que interferem de forma significativa no mercado, na disputa de poder, através da política e da sociedade.

Não se trata de “diabolizar” a televisão comercial ou privada em canal aberto, mas de mostrar as suas características e aprofundar as contradições para que tenha minimamente um compromisso público, já que não há nenhum “pecado” em comercializar anúncios, desde que o foco não seja apenas a lógica do mercado, pois o consumidor também é cidadão. Um outro objetivo a ser perseguido é a democratização das comunicações, dando voz às minorias e tratando de temas que são relegados na programação por serem menos lucrativos e sem apelos massivos homogêneos.

3.1.2 Televisão Educativa

Um dos idealizadores da TV Educativa no Brasil foi o Major Drummont Coelho Reis Taunay, que mesmo antes do Golpe Militar de 64, já reivindicava ao

Ministério de Educação e Cultura e ao Ministério das Comunicações três canais de televisão com o caráter educativo. Em 1964 o MEC solicita ao CONTEL (Conselho de Telecomunicações) a reserva de canais e em 1966 é criado o Fundo de Financiamento da Televisão Educativa, FUNTEVÊ, destinado a fomentar o Sistema Nacional de Televisão Educativa. O Decreto 236 de 1967 define a TV Educativa: “A televisão educativa se destinará a divulgação de programas educacionais, mediante a transmissão de aulas, conferências, palestras e debates” (CAPARELLI, 1982).

A operação destes canais, era definida por norma, que estabelecia a primazia da União, depois Estados, Territórios, Municípios, Universidades e Fundações com estatutos adequados as regras do Código Brasileiro de Comunicações. A publicidade comercial foi proibida desde o início das TVs Educativas.

Todas as emissoras educativas começaram como uma linha auxiliar no campo da educação e a programação era constituída por filmes educacionais de nível médio de Linguagem, Educação Moral e Cívica, Conhecimentos Gerais, Matemática e Ciências. Após um primeiro momento de expectativa sobre os resultados do ensino pela TV, se comprovou que além de ineficiente o modelo era extremamente oneroso para o estado. A TV Cultura de São Paulo, foi a primeira a se afastar desta linha tv-aula e a buscar como eixo de sua programação a cultura. O Sistema de TV Educativa opera no Brasil em canais abertos. A Constituição Brasileira define este sistema como público e estatal. As tevês educativas estariam enquadradas como públicas, entretanto todas são sustentadas pelos estados da federação e podem ser classificadas como estatais.

A primeira televisão educativa do Brasil foi a TV Universitária de Recife, em Pernambuco, criada em 1967. Até 1974 foram criadas nove emissoras educativas, Fundação Centro Brasileiro de Televisão Educativa do Rio De Janeiro, TV Cultura de São Paulo, TV Cultura do Recife, Fundação Maranhense de Televisão Educativa, Televisão Educativa de Manaus, TV Educativa de Natal, TVE de Fortaleza, TVE de Porto Alegre.

As duas tevês educativas mais importantes do país são a TVE do Rio, Canal 2, vinculada ao Governo Federal, criada em 1967 mas que somente entrou no ar em

1973 e a TV Cultura de São Paulo, inaugurada em 15 de junho de 1969, vinculada ao Governo do estado de São Paulo.

A TVE do Rio fazia parte da Funtevê, um complexo de rádio e televisão com objetivos educacionais. O sistema de rádio – Sistema Educativo Roquete Pinto, compreendia uma rádio FM, duas emissoras AM e quatro OC². O sistema de tevê tinha duas geradoras, a TVE do Rio e o Centro de Televisão Educativa do Nordeste, em São Luiz, Maranhão.

A TV Cultura de São Paulo faz parte da Fundação Padre Anchieta –Rádio e Televisão Cultura, uma fundação de direito privado dirigida por um conselho de 45 membros, sendo 20 natos, 21 eleitos, três membros vitalícios e um representante dos funcionários. A Direção da TV Cultura é escolhida pelo Conselho, porém mantida pelo Governo do Estado.

A TVE do Rio foi cabeça da Rede Brasil, produzindo 60% da programação e com grande ingerência do Governo Federal, criando com esta situação um grau elevado de oposição, principalmente com as emissoras: TV Cultura de São Paulo, TV Educativa do Rio Grande do Sul e TVE da Bahia. Em 1998 a TVE do Rio passou a ser uma Organização Social, numa tentativa de ter mais autonomia e se livrar da burocracia típica do serviço público e ao mesmo tempo ser mais ágil. Através de um contrato de gestão o Governo Federal transferiu a direção para a OS. Do ponto de vista administrativo houve um avanço, mas a linha editorial continua subordinada ao Governo Federal (BUCCI, 2000).

A TV Cultura é o modelo mais próximo de uma TV Pública no Brasil. Embora a maioria das tevês educativas serem estatais há um movimento de dirigentes das emissoras, profissionais e da sociedade de concretizar o ideal da TV Pública, numa tentativa de num futuro próximo colocar em prática o avanço proporcionado pela Constituição de 1988 no seu artigo 223:

Art. 223. Compete ao poder Executivo outorgar e renovar concessão, permissão e autorização para o serviço de radiodifusão sonora e de sons e imagens, observando o princípio da complementaridade dos sistemas privado, público e estatal. (BRASIL, 1988).

² FM – Freqüência Modulada, AM – Amplitude Modulada e OC – Ondas Curtas.

Em 1999 foi fundada a Associação Brasileira de Emissoras Públicas, Educativas e Culturais (ABEPEC) e criada a Rede Pública de Televisão, que tem um significado especial como espaço de discussão da Televisão Pública, como também de experimentação das emissoras estatais na produção e veiculação de programas dentro da Rede, construindo a possibilidade de viabilizar emissoras públicas e ao mesmo tempo exercer uma pressão política diante da opressão que sofrem dos governos estaduais.

Outro movimento neste mesmo sentido é o esforço do Congresso Nacional ao criar a Frente Parlamentar de Defesa da TV Pública, com a assinatura de 245 deputados e senadores, com o objetivo de fazer uma discussão pública sobre o que está sendo feito nas emissoras estatais (BUCCI, 2000).

3.2 TV SEGMENTADA

Um outro modelo de televisão no Brasil é a TV a Cabo ou TV paga. Este sistema se caracteriza por ter uma programação segmentada e somente pode se ter acesso mediante o pagamento de assinatura mensal. As operadoras disponibilizam canais com programação de esportes, notícias, documentários, shows e filmes, além dos canais de eventos e de serviços, mais os canais das tvs abertas. As primeiras iniciativas no sentido de implantação da TV a Cabo ocorreram no Rio Grande do Sul, em 1974, através da Universidade Federal (UFRGS) que apresentou um projeto ao Ministério das Comunicações, tentando a instalação junto a uma comunidade tipicamente gaúcha. A solicitação foi negada e o assunto somente foi retomado no final do Governo Geisel que também negou a solicitação.

No início do Governo Figueiredo o tema voltou á pauta gerando grande controvérsia pois o Ministério das Comunicações manifestou a sua posição contrária ao classificar que o assunto não tinha nenhuma significação social. Diante da polêmica o Governo se comprometeu a apenas examinar após passar pelo Congresso Nacional. Passaram-se longos 10 anos até a edição do primeiro texto legal.

Em 23 de fevereiro de 1988, através do decreto 95.744 se regulava o Serviço Especial de Televisão por Assinatura, que estabelecia as normas para UHF e satélite. Em 21 de junho de 1988, a portaria 143, tratou da transmissão por cabo com a denominação Serviço de Recepção de Sinais de TV via Satélite e sua Distribuição por Meios Físicos a Usuários. Como este documento não oferecia nenhuma segurança aos investidores foi necessária uma nova portaria, a 250 de 13 de novembro de 1989, que tinha por objetivo instalar um serviço chamado Distribuição de Sinais de TV por Meios Físicos – DISTV.

Até este momento o Brasil não tinha nenhum serviço de TV a Cabo e o Governo Sarney encerrou o seu mandato sem conceder nenhuma outorga. Já no Governo Collor, em 3 de junho de 1991, foi editada a portaria 51 instituindo o Serviço Especial de TV a Cabo, paralelamente houve 106 concessões a poucas empresas, repetindo o modelo de concentração das tvs abertas, onde as autorizações estão apenas nas mãos de seis famílias, proprietárias das redes nacionais.

No final de 1991 surge o Fórum Nacional pela Democratização das Comunicações - FNDC, inicialmente formado pela Federação Nacional dos Jornalistas – FENAJ, trabalhadores em rádio, tv e cinema e técnicos do sistema de diversões e teatro, depois ampliado pelo Conselho Nacional de Psicologia e outras entidades da sociedade civil, que reivindicava, que o serviço tinha similitudes com a radiodifusão, portanto de interesse público e não como serviço especial de telecomunicações, como o Governo caracterizava. Diante desta reação as licenças (106) de operação de DISTV foram paralisadas.

O FNDC elaborou um amplo documento político que balizava os eixos da pretendida negociação com empresários do setor e o governo, estabelecendo três conceitos básicos: controle público, desestatização e reprivatização, expressos no projeto de lei apresentado pelo Deputado Tilden Santiago (PT-MG), no Congresso Nacional em 30 de outubro de 1991. O projeto ainda trazia como proposta a aprovação de um Conselho de Cabodifusão, canais legislativos, educativos e de livre acesso, além da definição conceitual de serviço de telecomunicação. O projeto teve uma tramitação lenta, até que em 1993 um novo substitutivo a proposta original

foi apresentado, desenvolvendo os conceitos de rede única, rede pública e participação da sociedade.

Devido o retardamento, um novo substitutivo foi apresentado em junho de 1994, este sim obtendo consenso, foi votado e aprovado em 6 de janeiro de 1995 como Lei 8.977, ficando conhecida como Lei do Cabo (ANEXO B). Esta lei é considerada uma das mais avançadas do mundo na regulação do serviço de Tv a Cabo, por ter garantido estes conceitos. A lei também estabelece que este serviço deve ser operado através de concessão pública, distribuindo sinais de televisão próprios ou de terceiros, por redes, que a programadora pode tanto produzir e ou fornecer programas, que toda responsabilidade de transporte é das concessionárias de telecomunicações, assim como as redes locais de distribuição pertencem às operadoras.

Existem três tipos de canais disponíveis no cabo, os básicos, os de prestação eventual de serviço e os de prestação permanente de serviço que formam o conjunto fixo, além destes ainda há os de livre programação com os quais os assinantes podem firmar contratos adicionais. Nos canais básicos estão as geradoras abertas, as tvs educativas, comunitárias, legislativas e universitárias. Trinta por cento dos canais permanentes deverão ser usados por terceiros.

O início das operações regulares e licenças para o setor começaram em 1988, ano da estréia da primeira Tv por satélite na abertura do mercado brasileiro, a Key TV, com transmissão de corrida de cavalos. A TV a cabo chegou primeiramente, neste mesmo ano, em Santo Anastácio, em São Paulo. A primeira capital que teve este serviço foi Campo Grande, depois em 1989, Londrina no Paraná, 1990, Capão Novo no Rio Grande do Sul.

Em 1989, foi inaugurado o Canal – de Mathias Machline, considerado o maior empreendimento, até então, com transmissões da norte-americana ESPN, especializada em esporte, primeira operadora por assinatura em UHF. No ano seguinte implantada também no Rio de Janeiro, concomitante com Super Canal em São Paulo, primeira operadora em MMDS³ do país.

³ MMDS – sistema de distribuição por multicanais para múltiplos pontos. DTH – sistema de transmissão direta por satélite. DBS – sistema de transmissão de canais codificados e abertos por satélite.

No final de 1990 o Grupo Abril assumiu o controle dos dois canais e em 1991 lançou a TVA. Neste mesmo ano a Globo inaugura a Globosat com os canais Telecine, GNT, Multishow, e Top Sport. Em 1991, o primeiro grupo de mídia a receber outorga de cabo e MMDS foi a RBS no Rio Grande do Sul. Até o final de 1993, a Globo ainda não possuía outorga.

Após um reordenamento do mercado, em 1994 a Globo assumia a liderança do setor e a TVA se manteve na segunda posição. A Net Brasil foi uma associação da Globo, RBS e Multicanal, a RBS mais adiante vendeu sua participação na NET para a Globo, hoje a maior operadora do país. A TVA que já havia se associado ao Chase Manhattan, em 1995 passou contar com novos sócios: Capital Cities/ABC, The Hearst Corporation e Falcon International Communications e ainda no mesmo ano com os grupos Hughes Communications, Multivisión e Cisneros, formando o consórcio DirecTV, primeiro a operar no sistema DTH no Brasil em 1995, ano em que a TVA Digisat, sistema de televisão por assinatura em DBS foi criado.

A Globo reagiu no ano seguinte se associando a News Corporation, TCI e Televisa e formou um consórcio para operar em DTH, o Sky, que teve início em 1997, mesmo período em que começaram os testes para acesso a Internet via cabo no país, inicialmente pela NET Sul e que a TV Filme, do Distrito federal, opera o LinkExpress, de acesso a Internet pelo sistema de tv paga. Um novo concorrente entra no setor de DTH a partir de 1998, a Tectelcom/Tecsat.

A Rede Record também tem concessão para operar em DTH. A Globo extinguiu a operação na banda C (transmissão por satélite de sinais direto ao público) NetSat e priorizou a banda KU (transmissão por satélite e a recepção por parabólicas pequenas) onde opera com a Sky. A TVA se afastou da programação ficando apenas na operação ao vender a sua parte na Directv, já a Globocabo lançou um canal internacional com a programação da Rede Globo, com acesso pago e se associou a Microsoft antecipando-se estrategicamente a convergência tecnológica.

A Lei 8.977 de 6 de janeiro de 1995, a (Lei da Televisão a Cabo), possibilitou a implantação de novos modelos de tv. É o caso da TV Universitária, localizada nos canais básicos de utilização gratuita, previsto para as Universidades e Instituições de Ensino Superior, junto com as organizações comunitárias, Câmaras Municipais de Vereadores,

Assembléias Legislativas dos Estados, Câmara dos Deputados e Senado Federal, mais os canais comerciais e de serviços (BRITTOS, 2001, p. 167).

3.2.1 TV Universitária

A TV Universitária tem como característica a segmentação e a regionalização. É privada por ser mantida por Universidades e Instituições de Ensino Superior, ao mesmo tempo deve operar com espírito público, é proibida de comercializar a sua programação, não concorre com as tvs educativas, mas também não se presta a ser tele-aula. Atualmente é muito voltada para a academia, mas já há um esforço da recém criada Associação Brasileira das TVs Universitárias – ABTU – para que este modelo de TV seja um canal importante de aproximação da Universidade com a sociedade, transmitindo conhecimento e atualizando o cidadão sobre as pesquisas que são desenvolvidas na academia. Também há projetos de desenvolvimento de programação no sentido de oferecer noticiário, entretenimento, lazer e debates críticos sobre temas que interessam a sociedade e que não são privilegiados pelas emissoras comerciais, que seguem a lógica do mercado ou do poder político. Deve manter os princípios da ética e da qualidade e manter os compromissos de elevar o nível sócio-econômico, educativo e cultural dos cidadãos.

A primeira TV Universitária, a TV Campus, foi implantada em Santa Maria, no Rio Grande do Sul, 25 de julho de 1995, seis meses depois da promulgação da Lei 8.977. Existem 24 canais de Tvs Universitárias no Brasil, sendo que 7 estão aqui no Estado. A mais nova é a TV Unisinós, inaugurada em 7 de agosto de 2000, pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos, em São Leopoldo, também no Rio Grande do Sul. Além destas duas há TVs Universitárias em Porto Alegre, Cruz Alta, Santa Cruz do Sul, Pelotas, Caxias do Sul (BRITTOS, 2001).

Pode se destacar cinco TVs Universitárias brasileiras pela estruturação das suas programações: A TV Universitária de São Paulo começou a operar em novembro de 1997, reunindo nove instituições sediadas na capital paulista e funciona na PUC-SP. O canal é gerido pelo Conselho Deliberativo, formado por nove titulares e nove suplentes e uma Diretoria Executiva. A sustentação é feita através

da mensalidade de 50 mil reais pagos por cada uma das nove instituições associadas e a programação é dividida em módulos de 30 minutos, entretanto nem todas as instituições associadas utilizam o espaço.

A TV Universitária de Porto Alegre – UNITV – começou em abril de 1998, tendo como associadas duas Universidades, a PUCRS e a UFRGS, mais sete Instituições de Ensino Superior, que fazem parte da Associação de Usuárias do Canal de TV a Cabo. Tanto a operação, como a produção, são realizadas pelo Centro de Produção Multimídia da PUCRS, assim como todo o custo com pessoal, administração, aquisição de equipamentos e manutenção e produção de programas é suportado pela PUC-RS. Toda a programação produzida é produzida pelo Centro de Produção Multimídia da PUCRS.

A TV Universitária do Rio de Janeiro – UTV RJ -, começou a operar em setembro de 1999, com 19 associados, funciona na Universidade Estadual do Rio de Janeiro – UERJ – e é gerida pela contribuição de 3 mil reais de cada sócio mensalmente.

A TV Universitária de Belo Horizonte – TV Experimental - foi inaugurada em maio de 1999, constituída por quatro Universidades e começou as suas operações na TV Minas (TV Educativa de Minas Gerais), depois se transferindo para a PUCMG, que como a PUCRS arca com todo o custo da emissora.

A TV Universitária de Campo Grande, Mato Grosso do Sul - TVU MS - iniciou a operar no ano 2000, com duas Universidades e possui dois estúdios de gravação, um em cada instituição.

As demais TVs Universitárias estão localizadas em Piracicaba, Campinas, Bauru, Ribeirão Preto, Mogi das Cruzes e Sorocaba, em São Paulo; Florianópolis e Blumenau, Santa Catarina; Curitiba no Paraná; Vitória no Espírito Santo; Belém no Pará; Campos no Rio de Janeiro e Brasília no Distrito Federal (PORCELLO, 2002).

3.2.2 TV Comunitária

A primeira TV Comunitária é formada por entidades sem fins lucrativos e não governamentais, um serviço privado dotado de estatuto público, que pressuponha requisitos de pertinência cultural e produção local com uma programação que tenha os princípios de preservar horários de livre acesso da comunidade e coordenada por entidades localizadas na área de prestação de serviço, observando o caráter democrático, igualitário e pluralista, fomentando a participação dos cidadãos na vida pública, tomando conta da fragmentação da audiência em grupos de interesses particulares, privilegiando a diversidade.

O primeiro canal de TV Comunitária do país foi o de Porto Alegre. Em 1º. De agosto de 1996, o Conselho de Comunicação de Porto Alegre, reuniu cem entidades com os representantes da NET para acertar o início das operações do Canal Comunitário. Foi formada uma comissão provisória, representando as 89 entidades mantenedoras, que inaugurou as atividades do Canal no dia 15 de agosto de 1996 às 21 horas, no Canal 14 da NET. Em 23 de outubro de 1996 foi fundada a Associação das Entidades Usuárias do Canal Comunitário de Porto Alegre, com 36 entidades, tendo um Conselho Deliberativo e um Conselho Fiscal, além de uma Coordenação Executiva que dirige a televisão. A sustentação do Canal Comunitário de Porto Alegre, que hoje tem o nome fantasia de CANAL POA, atualmente sintonizado no Canal 6 da NET, é feito pelas entidades associadas através de mensalidades que variam de R\$ 50,00 a R\$ 300,00 (JORGE, 2003).

No Brasil hoje existem 60 Canais Comunitários. Destacam-se Rio de Janeiro, São Paulo, Brasília e Belo Horizonte. Cada Canal Comunitário elaborou o seu estatuto, todos eles baseados num modelo idealizado pela OAB do Distrito Federal em março de 1996, com pequenas alterações de acordo com as peculiaridades de cada local. O Estatuto considerado modelo no Brasil é o das Entidades Usuárias do Canal Comunitário de Porto Alegre (ANEXO C), que prevê além das entidades não governamentais e sem fins lucrativos, colaboradores, pessoas físicas e pessoas jurídicas não associadas (MIRANDA, 1997).

3.2.3 Canais Institucionais

Os Canais Institucionais são os destinados às instituições de caráter público. São os canais dos legislativos que tem como missão se comunicar com a sociedade brasileira. O primeiro Canal deste modelo a entrar em funcionamento foi o do Senado, em julho de 1996. Os três primeiros canais de assembleias legislativas a entrarem em funcionamento foram os de São Paulo, Belo Horizonte e Brasília, em 1997.

Os canais legislativos dividem parte do tempo e da programação com as Câmaras de Vereadores (BRITTOS, 2000).

Entre os canais institucionais há também o Canal do Poder Judiciário que divulga as atividades da Justiça para a sociedade.

3.2.4 Canal Futura

Este foi mais um canal educativo, porém privado, que nasceu com a TV a Cabo. Iniciou em 22 de setembro de 1997, com o propósito de integrar as inovações da área de Educação e as modernas técnicas da Televisão, numa tentativa de integrar educação na escola e a comunicação na televisão. A Rede Globo através da Fundação Roberto Marinho abriu um canal com a perspectiva do conhecimento com a visão do futuro e tem como investidores ou apoiadores, o Instituto Ayrton Senna, Compaq, SEBRAE, Fundação Odebrecht, Itaú, FIESP/SESI/SENAI/IEL, FIRJAM/CIRJ/SESI/SENAI/IEL, Grupo Votorantim, Sadia, CNN Internacional, CNI/SESI/SENAI, Fundação Bradesco e RBS (FORESTI, 2001). Segundo Ramos: “a TV Escola não contempla a Educação, como uma adequação pedagógica, insinuadora de Participação e transformação” (RAMOS, 1997, p. 114).

Também não oferece nenhuma fórmula milagrosa:

“Antes, estabelece, na acriticidade de seus mais legítimos e conseqüentes porta-vozes, a certeza da imposição de uma linguagem, sem uma

metodologia específica e pedagógica que ataque o descaso oficial em que foi submergida a Educação Formal” (RAMOS, 1997, p. 114).

A TV Escola no formato do Canal Futura também é uma tentativa através da iniciativa privada, do Governo, através da Tele-educação, tentar uma possibilidade com um custo mais baixo. O Canal Futura começou com 14 programas e logo no primeiro ano este número já chegava a 30. O que não pode ser desconsiderado é que o Canal Futura também é uma forma de tentar resgatar o projeto de Tele-educação que fracassou como objetivo inicial das TVs Educativas, quando de sua criação.

3.3 TV PÚBLICA

A televisão pública nasce na Europa, no período pós II Guerra Mundial, especialmente Itália, Alemanha, França e Inglaterra, como a missão de recuperar a unidade nacional e ser um instrumento de convocação das maiorias na reconstrução do consenso e das identidades nacionais, entretanto ela cresceu extremamente elitista, com os intelectuais e artistas entendendo saber o que o público deveria ver e ouvir e como deveria ser a nova cultura nacional. Poucos anos antes surge nos Estados Unidos a televisão de serviço público, educativa e local, portanto com um viés diferenciado da Europa. Já na América Latina elas nascem estatais.

Atualmente com um clima de desregulamentação e privatização a Europa se vê as voltas para encontrar uma saída diante de um dilema, manter a autonomia institucional e resolver a questão do financiamento público por uma sociedade que não se sente atendida pela programação que atende a pequenos grupos elitizados. Nos Estados Unidos onde há a cultura das subvenções e organizações não governamentais, e até mesmo das personalidades individuais tanto do mundo dos negócios como do *showbusiness* a chamada televisão pública norte-americana vai sobrevivendo, porém sem nenhum compromisso público. Na América Latina, onde a maioria dos países teve longos anos de ditadura, a televisão pública sempre foi um instrumento ideológico dos governos e mesmo hoje vivendo um clima democrático

não conseguiu se desvencilhar desta cultura, permanecendo estatal e de costas para o público.

O conceito de televisão pública tem como pressupostos cinco eixos fundamentais: a democracia, cidadania, visibilidade dos atores sociais, linguagem audiovisual e gêneros e discursos que esta televisão deve ter e experimentar.

Estes fundamentos se realizam na autonomia da televisão pública, tanto do Governo como de todos os poderes constituídos, para que seja o local onde acontecem os projetos de comunicação plurais, diversificados e de qualidade e na cidadania, pois esta deve ser a perspectiva de uma televisão pública.

Ter bem claro os conceitos de consumidor e cidadão e entender que todo o consumidor é cidadão e portanto este modelo de televisão deve estar focado na formação da cidadania; na legitimação social através do reconhecimento do público nos programas que devem ter um sentido de utilidade e ser ao mesmo tempo um canal de interação criativa entre os produtores e o público; e na audiência que deve ser um propósito a ser perseguido pela televisão pública, pois de nada adiantaria tanto esforço para não ser assistida pelo público.

É possível a busca de novos caminhos como estratégia de crescimento da democracia, considerando o potencial de satisfação e civilidade da televisão a partir da sua particularidade comunicativa, narrativa e industrial; explorar a vocação de contar histórias e fazer disso uma ligação afetiva com os telespectadores; da valorização da diversidade e a compreensão das disputas que ocorrem nas realidades coletivas; reconhecer a televisão pública como espaço de reflexão e de valorização das identidades locais num ambiente dominado pela televisão privada, globalizado economicamente e tecnologicamente (RINCÓN, 2002).

A importância que a televisão ocupa no espaço social é proporcional a falta de espaços políticos para que a sociedade expresse as suas vontades e negocie os conflitos, assim como a ausência da representação de toda a sua diversidade e complexidade. Mas é inegável que é um espaço de poder estratégico que necessita da democratização dessa “esfera pública eletrônica”, que está privatizada e a televisão pública surge como uma possibilidade de se contrapor ao modelo neoliberal.

Antes de avançarmos no caráter da televisão pública e o que faz com que ela seja pública é necessário refletirmos sobre o caráter público. O fato de que o Estado, a Igreja e os partidos políticos terem perdido a centralidade na sociedade acabou gerando uma indefinição política sobre o público, contaminado por uma avalanche de imagens e discursos estruturalmente mediados, criando uma identificação com o que é apresentado pela mídia. Isso faz com que a opinião pública, produzida pela mídia, com base nas pesquisas, crie consensos sem debates e sem críticas, reforçando o simulacro onde a sociedade se reduz a uma existência estatística, perdendo a sua heterogeneidade.

As novas lógicas da globalização econômica expressadas pela política, através das mudanças tecnológicas, fazem parte das transformações do sentido do caráter público. Também é importante ressaltar que a tecnologia tem favorecido a tarefa da democratização, através da produção, com as câmeras portáteis, da recepção, com as antenas parabólicas, computadores e antenas parabólicas, mas a desigualdade das forças, da grande mídia privada para o esforço de pequenos movimentos locais é incomparável.

Outro fator que deve ser levado em conta é a mudança do sentido dos públicos. A transformação da cultura de massas numa cultura segmentada, sem a uniformidade e simultaneidade das mensagens, que atende a uma nova exigência do mercado rumo a fragmentação e a especialização para promover as ofertas de consumo, criando simplesmente diferenças vendáveis e não a democratização de bens culturais e informação como se faz pensar.

No Brasil, o espaço público historicamente tem se confundido com o estatal, daí a necessidade de compreender o caráter público através da reconstrução conceitual, reconstituição dos meios e das imagens no espaço de reconhecimento social, e as novas formas de existência e exercício da cidadania. O discurso plural não nega a heterogeneidade, permite o reconhecimento da diversidade, da qual é feita a opinião pública.

Jesús Martín-Barbero, destaca três traços que diferenciam a televisão pública:

A interpelação que convoca/forma cidadãos, e o direito de exercer a cidadania, encontram seu lugar próprio na televisão pública, convertida,

assim, no âmbito de participação e expressão; O caráter público de uma televisão encontra-se decisivamente ligado à renovação das bases comuns da cultura nacional; A recriação audiovisual dos relatos onde se conta a cultura comum (MARTÍN-BARBERO *in* RINCÓN, 2002, p. 58 e 61).

Podemos dizer que não há espaço mais privilegiado para o exercício da cidadania, para a promoção da emancipação social e cultural, para o reconhecimento das minorias e o direito à expressão de todos os sentimentos e narrativas do que a televisão pública. Sobre a renovação das bases comuns da cultura nacional é necessário um projeto político de democracia cultural capaz de promover a inclusão de todos os atores, dando-lhes visibilidade e reconhecimento numa televisão comum, reconstruída como verdadeiro espaço público. A recriação audiovisual é tarefa da televisão pública, que não se deixe contaminar pelos acordos políticos dos governos e ser um espaço importante da percepção e participação cidadã. Embora todos os setores marginalizados da sociedade estejam se incorporando a modernidade, através das novas tecnologias audiovisuais, não abandonaram a sua cultura oral e necessitam de um espaço público, a televisão pública, para garantir a sua identidade e manifestar a sua cultura.

E, quatro traços que diferenciam a televisão cultural:

Primeiro: é cultural a televisão que não se limita à transmissão de cultura produzida por outros meios, mas a que trabalha na criação cultural a partir de suas próprias potencialidades expressivas; segundo: é cultural a televisão que torna expressivamente operante a especialíssima relação que ela tem, como meio, com a acelerada e fragmentada vida urbana; terceiro: ao se assumir como uma nova experiência cultural, a própria televisão abre caminho para se tornar alfabetizadora da sociedade toda nas linguagens, habilidades e escritas audiovisuais e informáticas que fazem parte da complexidade cultural específica de hoje; quarto: a qualidade, na televisão cultural, significa em primeiro lugar, que trabalha em cima de uma concepção multidimensional de competitividade: profissionalismo, inovação e relevância social da sua produção. Em segundo lugar, envolve a articulação técnica e competência comunicativa (...) e em terceiro lugar, qualidade significa uma clara identidade institucional (...) e finalmente, esta qualidade não pode ser avaliada unicamente pelos índices de audiência, mas precisa ser reconhecida pelas pesquisas qualitativas de audiência (MARTÍN-BARBERO *in* RINCÓN, 2002, p. 71-73).

A partir destes elementos fica claro que somente a partir de políticas públicas de comunicação é possível a realização de uma televisão pública/cultural, já que os governos tratam simplesmente como políticas de tecnologia ou de meios. Há

também a necessidade de evitar que o Estado o intervenha na cultura, através de políticas plurais, para que haja espaço para todas as culturas que não tem lugar e nem são reconhecidas pelo mercado.

Quando se fala em uma tv cultural não está se referindo a uma faixa da programação dedicada a cultura, mas que toda a programação tenha a cultura como projeto e perpassa qualquer um dos programas independentes do conteúdo ou gênero. Também entende-se a relação da tv como meio com a frenética vida urbana e a exigência de fazer desta experiência uma oportunidade de provocação e reflexão, através do fluxo de imagens.

Sobre o seu papel de nova experiência cultural, explícita a sua tarefa estratégica de socializar novos modos de aprender e saber, de ler e escrever, àqueles que estão engajados com os novos modos de pensar, viver e trabalhar, das novas sensibilidades, estilos de vida e gostos. Desta forma a TV irá desempenhar a função de mediar o diálogo de gerações, onde os mais jovens, mais suscetíveis as tecnologias telemáticas irão interagir com os mais velhos, resistentes a elas. A democratização de novos saberes e linguagens irá unir jovens que poderão projetar e produzir a televisão com a sabedoria dos velhos, possibilitando um reencontro criativo com a sociedade.

Entretanto é possível ao mesmo tempo, sem nenhuma contradição, ver a melhor televisão cultural do mundo, com o melhor da América Latina, o melhor de cada país, com o regional e o local, sendo ao mesmo tempo cidadão do mundo sem a perda das raízes locais e sem risco para a identidade nacional. Também é possível inverter o fluxo de informações e cultura dos grandes centros para a periferia.

Já para Rey (*in* RINCÓN, 2002) as transformações sociais estão alterando significativamente o perfil da televisão pública na América Latina e por esta razão é importante descobrir que mudanças são estas para então chegar as causas e suas influências que estão ocorrendo na televisão pública. Uma delas é o conceito de público que anteriormente ficava limitado a esfera do Estado e da sua burocracia e hoje há o entendimento de que o público é de domínio e interesse da sociedade.

Outra questão que também deve ser considerada é o fim do “Estado do bem estar social”, uma conseqüência dos constantes déficits orçamentários do estado e a

transferência das decisões para o livre mercado, de preferência sem nenhuma regulação. É o que vem ocorrendo no setor de comunicações, especialmente na televisão, setor que sofreu profundas alterações com as novas tecnologias e a entrada do capital estrangeiro, particularmente na América Latina.

Uma destas conseqüências é a televisão pública transformada em televisão estatal e ser usada como um órgão auxiliar do governo de plantão, sustentada unicamente com verbas públicas e portanto seguindo suas diretrizes, sem política de comunicação pública e com alternância de funcionários de acordo com cada grupo que se instala no poder. O reflexo se faz sentir na programação destas emissoras, com pequena audiência e atrasada em relação as emissoras privadas que acompanharam as transformações da sociedade e passaram a atender as novas demandas.

Um outro fator que causou o desinteresse dos receptores foi a televisão pública e ou educativa tentar levar para a tela a sala de aula, um modelo que fracassou pelo distanciamento que há entre um modelo e o outro e ao mesmo tempo confrontado com a televisão privada que trabalha com a informação, educação e o imaginário, portanto mais próxima das mudanças que ocorriam na sociedade: urbanidade, valorização de gêneros e atendimento a uma nova cultura juvenil.

Com o declínio da religião como referência das sociedades modernas, a mídia ocupou este espaço e o Estado reconheceu o poder deste instrumento, principalmente da televisão, passando a exercer um forte controle, orientação e uma relação de interesses e favores com grandes grupos econômicos que atuam no setor de comunicações (RINCÓN, 2002).

Os projetos de televisão educativa, associados às televisões públicas, comungavam da idéia de que as mídias massificariam a educação, impulsionariam outros processos educativos e alcançariam com certa facilidade as populações excluídas dos sistemas oficiais de educação. Entretanto não se concebeu uma televisão que contemplasse as transformações nos conhecimentos, nas sensibilidades ou nas estéticas que a sociedade vivenciava.

Em contra-posição estavam os projetos das emissoras comerciais, com as emoções, os relatos dramáticos e o entretenimento. A sociedade logo percebeu que

a escola e a televisão educativa não pertenciam a realidade vivida e estavam desvinculadas das mudanças que vinham ocorrendo nas zonas urbanas, variações de gêneros e culturas juvenis em expansão. Já as televisões comerciais procuravam reforçar as relações cada vez mais fortes com o público.

As comunicações se tornaram um poder real, um poder tão estratégico e agudo como o dos políticos e empresários de outros setores, que tradicionalmente influíam nas decisões. Aliado a estes fatores, a religião também perdera a sua influência e fora substituída por mediadores mais profanos e modernos como as mídias.

O Estado reconheceu o poder da mídia e procurou tomar algumas medidas: uma delas foi o controle, através de regulamentações e procedimentos que em geral nunca funcionaram; orientação, a partir do domínio de licitações ou a concessão de licenças de radiodifusão e de televisão e, mais recentemente, de telefonia; complacência diante da intervenção nas comunicações de grandes grupos econômicos, ou aqueles que protegiam e dos quais recebiam retribuições, submissão da informação ao poder dos políticos, estigmatização da oposição, apoio eleitoral, ocultação das críticas de setores sociais descontentes, distorção da verdade e manipulação da informação; ou a conversão das comunicações, que passa de instrumento funcional da política para ser estratégico na gestão do Estado e do exercício de políticas locais.

Muitas experiências usadas pelas televisões comerciais podem ser aproveitadas e adaptadas pelas emissoras públicas. Mas devemos prestar atenção no que deu certo, como a associação com interesses setoriais ou corporativos, abertura e pluralismo para atender exigências da sociedade moderna e do multiculturalismo, definição de faixas horárias, flexibilização da grade, análise de audiências e principalmente se abrir para a produção independente que possibilite o surgimento de novos gêneros e formatos.

Embora as emissoras comerciais trabalhem com a perspectiva do lucro e a conquista de novos consumidores, não devemos desprezar a racionalização da programação, a programação móvel e ativa na busca de reconhecimento do seu

público e as formas de abordagens deste mesmo público. São contribuições que devem ser levadas em conta na construção de uma boa televisão pública.

Para Rey,

As televisões públicas estão fadadas a garantir o pluralismo político, a convergência de diferentes pontos de vista, o confronto de projetos sociais. Associá-las a um partido ou governo é perverter sua vocação pública, como ocorreu durante anos em diferentes países da América Latina (REY *in* RINCÓN, 2002, p. 106).

Portanto a televisão pública para cumprir o seu papel, precisa ter identidade local com espaço para a construção da cidadania, abrindo-se para todos os segmentos, especialmente as minorias e vozes divergentes. Atender as minorias não é uma renúncia a audiência, mas uma perspectiva de construção de uma maioria. Ao contemplar índios, negros, mulheres, crianças, terceira idade, homossexuais, movimentos sociais, trabalhadores e guerrilheiros, a televisão pública atenderá nichos desprezados pelo mercado e portanto pelas emissoras comerciais, cumprindo a sua missão de priorizar o público e não o privado.

É necessário buscar uma saída jurídica para desatrelar as emissoras educativas e estatais do Estado para que surja uma verdadeira televisão pública, que independente possa construir uma nova identidade junto com a sociedade.

A crise dos partidos políticos, que tomados pela corrupção e práticas clientelistas perderam a credibilidade, mas ainda mantêm seus espaços de poder e portanto lugar nas emissoras comerciais em contraposição aos movimentos sociais que continuam marginalizados, seria uma das tantas possibilidades.

Organizações não Governamentais (ONGs), junto com a educação, a saúde, a organização comunitária ou a gestão de projetos produtivos que permitam a incorporação dos mais pobres, formariam um leque de aliança da nova televisão pública com todo este público que quer desenvolver uma política ativa e estratégica de ação da cidadania sem o cabresto dos partidos tradicionais.

Outra tarefa importante da televisão pública é ser um espaço de construção de cidadanias, que propicia o debate sobre a qualidade, a exigência do cumprimento

de direitos fundamentais, a necessidade de uma informação equilibrada para que se possa expressar as autonomias políticas e fazer valer os direitos civis.

No Brasil não existe juridicamente a figura da televisão pública, mas a televisão estatal e educativa. Entretanto há um movimento tanto da sociedade como dos profissionais e dirigentes que hoje estão nas emissoras educativas e estatais para que se transforme em emissoras públicas.

Alguns indícios estão no esforço das programações destas emissoras com conteúdos de qualidade e diferenciados, mas ainda é pouco, precisa superar o atrelamento aos Governos, explorar todas as possibilidades que as novas tecnologias oferecem e a auto-sustentação financeira.

É necessário também buscar exemplos nas experiências de televisão pública que existem pelo mundo afora e adequar a realidade brasileira com criatividade suficiente para seduzir a audiência.

E, esta fórmula para Rincón, significa que a televisão pública precisa “experimentar mais, tanto na narrativa, como na estética e nas estórias” (RINCÓN, 2002, p. 306). No seu entender o telespectador já sabe diferenciar quando um programa tem qualidade e o processo de *zapear* faz com que essa busca seja constante e no momento que encontrar uma programação diferenciada na televisão pública, se sentir seduzido, contemplado com o seu olhar já acostumado a grandes espetáculos, que hoje tem acesso, nas emissoras do mundo inteiro, este telespectador será conquistado para esta audiência.

Mas para realizar uma televisão pública que atenda a cidadania é necessário que se reconheça primeiramente o espaço e o contexto em que esta televisão pública vai operar. Tem que ser levado em conta as transformações que vem ocorrendo na sociedade. Para exemplificar, cultura durante muito tempo ficou limitado a cultura erudita produzida pelos artistas e intelectuais, na modernidade cultura representa toda a forma de expressão popular.

Para Rincón (2002), que praticamente reforça os conceitos dos autores anteriores, entende que a televisão pública precisa ter clareza do seu papel e onde quer chegar e para isso precisa saber a sua missão e desenvolver políticas tanto

para o indivíduo como para os grupos sociais nos locais que atua; autonomia tanto em relação a governos como da iniciativa privada, dirigida e realizada por profissionais; capacidade de geração de recursos e gestão eficiente; acompanhar as tendências estéticas do que vem sendo feito pela televisão internacional e uma boa contadora de estórias, especialmente ligada ao cotidiano das comunidades, reforçando a identidade local.

Sobre os conteúdos, nesta mesma linha, a televisão pública deve contemplar o plano televisivo, mantendo a expressividade; o narrativo, através da experimentação estética; o plano político, onde o cidadão deve ser o centro e a reflexão sobre os temas que são importantes para a sociedade onde está inserida, com o objetivo de preservar as identidades (RINCÓN, 2002).

Segundo a INPUT (*International Public Television*) o papel da televisão pública é incentivar o debate e o diálogo na sociedade, de acordo com as seguintes normas:

Inovação, tanto na forma como no conteúdo; propostas originais, atrevidas e experimentais; temáticas pouco habituais nas grades de programação, e que gerem controvérsia; realizadores que expressem a riqueza e a diversidade cultural; televisão que privilegie a coesão social, e sirva aos interesses dos cidadãos (RINCÓN, 2002, p. 324).

Apesar da reduzida bibliografia sobre este tema, foi realizado um esforço no sentido de tentar enriquecer este trabalho com o pensamento de Laurindo Lalo Leal Filho.

Segundo ele, a independência do Estado e do mercado é o formato de televisão pública reconhecido internacionalmente. No Brasil as constantes crises e contradições que envolvem este modelo estão centradas nestas duas questões

Quando o Estado é o principal responsável pelo custeio quer ter uma ingerência direta nas decisões ou corta as verbas de sustentação, engessando a administração na sua autonomia, que é o caso tanto da TV Cultura de São Paulo como da Fundação Piratini – Rádio e Televisão Educativa do Rio Grande do Sul, ambas são fundações públicas de direito privado.

Na questão do mercado há o risco da televisão pública se tornar subalterna da mesma lógica em que estão centradas as emissoras comerciais e com isto perder o seu compromisso público na tentativa de buscar a sua sobrevivência. Dois dilemas importantes que não podem ser desprezados numa reflexão mais aprofundada sobre a televisão pública (LEAL *in* CARMONA, 2003).

Mas é importante retroceder na história e lembrar que na década de vinte quando da fundação da Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, por Roquete Pinto, o objetivo era que através de contribuições dos ouvintes estas emissoras oferecessem informação, cultura e educação. No mesmo período surgiu também a emissora de rádio da BBC de Londres, com estes mesmos objetivos. A emissora inglesa manteve estes princípios, inclusive quando do surgimento da televisão, entretanto no Brasil, logo no seu início, tanto a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, como tantas outras ficaram apenas no nome como Sociedades ou Clubes de ouvintes, logo seguindo pelo caminho comercial com a regulamentação da publicidade feita por Getúlio Vargas em 1932. A televisão brasileira já nasceu privada e com este modelo já desenhado pelo rádio no Brasil.

No caso da Fundação Padre Anchieta, criada em 68, começando a funcionar em 69, tendo como modelo a BBC de Londres, inclusive com um Conselho Curador, que tem autonomia na gestão, justamente para evitar a interferência do Estado. Já no Rio Grande do Sul, a Fundação Piratini – Rádio e Tv Cultura o governo continua com a prerrogativa de indicar os dirigentes. Ambas são sustentadas pelos cofres públicos, o que causa dependência do governo de plantão.

Uma das questões importantes para a autonomia da televisão pública no Brasil é o suporte econômico. Para isso é necessário que o financiamento seja público, portanto nem estatal e nem comercial.

A TV Cultura tem enveredado nos últimos anos para a comercialização dos seus produtos, o que é plenamente legal e não foge dos propósitos da emissora, porém o anúncio comercial, outra forma que a Fundação encontrou para buscar recursos é incompatível com o espírito da televisão pública que não deve ser submetida ao mercado, via consumo, o que acaba invariavelmente contaminando a programação.

A TVE-RS até este momento depende financeiramente do Estado, é gerida pelo Estado e tem buscado recursos através de apoios culturais, mas estes recursos provenientes de apoios vão para o caixa único do Tesouro do Estado e acabam não chegando a emissora.

Diante desta situação, para corrigir esta distorção a TVE-RS começa a criar outra, que é a disputa no mercado por anúncios comerciais, seguindo o exemplo da TV Cultura. Esta iniciativa vem sendo discutida há um bom tempo, porém não implementada em função das restrições legais que impedem o anúncio comercial nas emissoras públicas.

A TV Cultura encontrou brechas na legislação e criou um embasamento jurídico que lhe possibilita a veiculação de anúncios comerciais, que tem gerado disputas judiciais e duras críticas das emissoras privadas. A TVE-RS bebe na mesma fonte e pretende seguir o mesmo caminho.

Laurindo Leal Filho aponta uma outra fonte de recursos, polêmica, que seria a cobrança de uma taxa das emissoras comerciais pelo espaço eletromagnético, que é público, e é usado pelas emissoras comerciais gratuitamente.

Este recurso seria destinado a criação de um fundo de sustentação de uma rede pública de televisão, que reunisse as emissoras estatais federais, estaduais e municipais, também seriam incluídas as emissoras universitárias e comunitárias. Isto viabilizaria uma rede pública com o compromisso de uma programação de qualidade que atenda os princípios e as responsabilidades de uma televisão pública que prestaria contas a sociedade civil.

Outro fator que faz a diferença da televisão pública para a televisão comercial é a produção diversificada e de qualidade. É necessário que a televisão pública abra espaço para produtores independentes que estão fora dos circuitos comerciais ou que não encontram espaço para apresentar os seus trabalhos.

Esta possibilidade de diversificação vai facilitar que as emissoras públicas se desvinculem da lógica de fazer televisão estabelecido pelas emissoras privadas. E, sendo esta produção de qualidade, vai conquistar o público e por consequência atingir dois dígitos de audiência, fazendo com que as televisões comerciais mudem

de rumo, a exemplo do que já ocorreu em relação a programação infantil da TV Cultura e da TVE-RS.

As três categorias destacadas por Laurindo Leal Filho, auto-sustentação, autonomia e liberdade, produção diversificada e de qualidade, que serão usadas neste trabalho, quando da análise dos dados no estudo sobre a TVE-RS, sintetizam a idéia de televisão pública, explicitada anteriormente pelos diversos estudiosos da América Latina (LEAL *in* CARMONA, 2003).

Outras reflexões sobre a televisão pública, embora contempladas nas categorias acima destacadas, merecem considerações, assim como também alguns exemplos que são dignos de registro, como o programa Observatório da Imprensa que está no ar há cinco anos na TVE do Rio de Janeiro, uma experiência única no mundo e que somente uma televisão pública poderia realizar, cumprindo os seus compromissos e responsabilidades com a sociedade e fazendo um debate crítico sobre o comportamento da mídia.

Segundo o jornalista Lúcio Mesquita, diretor para as Américas do Serviço Mundial da BBC, o modelo de televisão pública que a emissora acredita, é aquele que

(...) fornece programas, serviços e conteúdos que sirvam ao público como um todo – e não apenas segmentos do público - com isenção, qualidade e criatividade...produtos que passem a servir como referência, uma meta a ser almejada por todas as emissoras públicas ou privadas (MESQUITA *in* CARMONA, 2003, p. 39).

A BBC tem orçamento anual de 2,5 bilhões de libras, proveniente da taxa que é paga por todo o cidadão que possui um aparelho de televisão colorida. Outras fontes de renda são provenientes da prestação de serviços para terceiros e venda de produtos, além de mais 1 bilhão de reais do Ministério do Exterior britânico que sustenta o serviço internacional que transmite em 43 línguas para o exterior.

A televisão pública alemã, inspirada na BBC, se sustenta também através de uma taxa que é paga pela população, menos de dez libras mensais por residência com um televisor. Existem doze televisões públicas na Alemanha, distribuídas em quinze estados, unidas por duas redes nacionais, onde as emissoras regionais tem espaço e são respeitadas nas suas particularidades. Para Uwe

Rosenbaum, Diretor de Programação da SWR/Südwestrundfunk, sistema público de TV e Rádio da Alemanha, duas devem ser as características essenciais de uma emissora pública: "...a qualidade dos seus programas é uma delas. Mas considero que, acima disso, está a noção do público e a participação do público na emissora" (ROSEMBAUM *in* CARMONA, 2003, p. 53).

Já Alice Myatt, ex-vice presidente da PBS / Public Broadcasting System relata que nos Estados Unidos o sistema complexo de televisão pública está reunido em 350 emissoras locais e nacionais em uma organização que não é propriamente uma rede, que se sustenta com verbas do governo, pagamento dos telespectadores, campanhas de doação voluntária e programas financiados por empresas que colocam seus logotipos no início e no final de cada programa.

Há uma crise no atual sistema de televisão pública norte-americano, principalmente no seu financiamento, onde já se discute a cobrança de uma taxa, a exemplo da BBC inglesa, ou uma taxa sobre a venda de televisores como ocorre na Alemanha ou uma parte da arrecadação com a venda da distribuição de sinal.

Nos Estados Unidos a particularidade da televisão pública está na separação entre produção, programação e geração de conteúdos, esta descentralização proporciona a regionalização e oportunidade a produtores independentes de espaço para veicular os seus programas, obviamente somente aprovados diante dos critérios que norteiam os princípios das emissoras públicas que são conteúdos de qualidade e credibilidade, livres de pressões governamentais ou corporativas. Além dos pressupostos já mencionados, a questão da independência é extremamente valorizado pela sociedade americana.

Gabriel Prioli, Jornalista, Professor e Diretor da TV PUC São Paulo, entende que é necessário uma legislação que defina com clareza a questão do anúncio comercial, pois atualmente é proibida. Muda o foco da questão de buscar recursos para a redução dos custos da televisão pública e acredita que o caminho encontrado pelos Estados Unidos poderá ser uma saída para o Brasil, a separação entre produção, programação e geração, pois com isto não são necessárias as mega-estruturas burocratizadas que as emissoras mantêm no país, reduzindo consideravelmente os custos. Entende que televisão pública é toda emissora que

atende o interesse público, um conceito mais abrangente que o das televisões educativas, hoje chamadas de públicas.

Para Nelson Hoineff, jornalista, professor universitário e crítico de televisão, duas variáveis devem ser consideradas: a dos recursos e o papel da televisão pública dentro de uma realidade da televisão aberta brasileira e do público consumidor, o que de certa forma é extremamente complexo, baseado em dois compromissos: qualidade e autonomia.

Jorge Cunha Lima, ex-presidente da TV Cultura de São Paulo e atual presidente do Conselho da emissora diz que três problemas acompanham as emissoras públicas desde a sua criação até os dias atuais: independência, conteúdo e sustentação.

O pesquisador chileno Diego Portales Cifuentes defende sete objetivos para a transformação da televisão pública e abra a perspectiva de assumir a liderança junto ao público e do sistema midiático. “O ponto de partida de qualquer estratégia de longo prazo para a construção da televisão pública é a geração de um estatuto jurídico que proporcione autonomia com relação ao governo em exercício” (CIFUENTES *in* RINCON, 2002, p. 119).

O uso da televisão de forma manipuladora e o germe da corrupção nos diversos governos, criam um ambiente propício para que a sociedade tencione e abra espaço para a construção de instrumentos jurídicos que possibilitem a autonomia da televisão pública.

“A tela de uma televisão pública autônoma deve ser fiel ao princípio do pluralismo” (CIFUENTES *in* RINCON, 2002, p. 148).

A credibilidade do público e o avanço da audiência devem ser consequência de uma programação jornalística que contemple toda a diversidade de visões importantes que façam parte da sociedade. Este comportamento diferencia a televisão pública da televisão governamental e da televisão privada. Esta linha pluralista vai contribuir para melhorar a qualidade da programação de todos os tipos de emissoras e tornar claro a importância da televisão privada.

“... a opção de adotar o ponto de vista cidadão, do ser humano comum, com suas necessidades e inquietações diante do meio” (CIFUENTES *in* RINCON, 2002, p. 149).

Se a televisão privada é a voz do dono e a televisão governamental a expressão do governo, a televisão pública deve ter o ponto de vista dos cidadãos, de todos e de ninguém ao mesmo tempo. Deve estar preocupada com a qualidade e o serviço prestado às necessidades da audiência. Atender ao cidadão que precisa de informação, que quer saber dos seus direitos e que quer um canal para exigí-los. Também têm de abrir espaços para a participação e para fazer denúncias daquilo que entende ser ruim e prejudicial a sociedade. A partir deste comportamento surgirá uma televisão pública curiosa, inquieta, informada, honesta, confiável, interessante, atenta à denúncia, sensível para o reconhecimento.

“Perfil programático próprio para audiências maciças” (CIFUENTES *in* RINCON, 2002, p. 149).

Pelo fato da televisão pública ser aberta, sua vocação é de massas e ter programas que busquem atingir um grande público. Entretanto a televisão do Estado é sofisticada e elitizada, o que acaba contrariando a sua capacidade de abrangência a todos os grupos sociais e o seu caráter democrático. Não há nenhuma razão para a televisão pública abrir mão das audiências em favor da televisão privada.

Outra questão que não se justifica dentro do perfil programático é a veiculação de enlatados estrangeiros. A ênfase deve ser a produção nacional, tanto própria como independente. E, finalmente, contemplar todos os gêneros na sua programação para que possa expressar toda a diversidade da sociedade.

Desta forma a televisão pública, de acordo com as condições locais poderá definir o seu perfil, voltada para a informação, documentários ou espetáculos e produção dramática nacional, dentro das condições financeiras possíveis e com a relação construída pela emissora com os gêneros e grupos sociais que estabelecer parcerias.

“O destino da televisão pública é buscar o rompimento dos padrões estabelecidos pela televisão privada, dentro das margens que a sua economia permita” (CIFUENTES *in* RINCON, 2002, p. 150).

Buscar uma atitude inovadora é também procurar uma grande audiência com base em diferentes gêneros e formatos, expressão de novos rostos e vozes marginalizados pela televisão privada, experimentação artística e incentivo a criatividade. Criar uma empatia entre as histórias contadas e uma massa significativa de telespectadores, fazendo programas que gerem identidade e lealdade emocional do público com a emissora.

“A tese da descentralização. Os públicos privilegiam aquilo que lhes pertence” (CIFUENTES *in* RINCON, 2002, p. 151).

Com a globalização e as novas tecnologias, as emissoras transnacionais cada vez mais centralizaram a sua programação. O local foi abandonado, mas o público quer se ver e a televisão pública descentralizada pode dar conta dessa aspiração e atender as comunidades locais e explorar esta contradição da televisão privada.

“A viabilidade do projeto de televisão pública autônoma, pluralista, com estilo cívico, perfil programático próprio para audiências maciças, inovadora e descentralizada, repousa no autofinanciamento” (CIFUENTES *in* RINCON, 2002, p. 151-152).

As fórmulas podem variar de acordo com cada local e cada situação. Já vimos outras sugestões como uma taxa paga pela população, que no Brasil enfrentaria grande resistência diante da carga tributária elevada do país, também um imposto a ser pago pelas emissoras privadas pelo uso do espaço eletromagnético, que também enfrentaria a oposição do setor de comunicações, que hoje tem um grande poder diante do Estado, mas uma possibilidade, que é a tendência mundial, regradar o financiamento publicitário, aliado as verbas públicas. Com a conjugação destes dois tipos de aportes a televisão pública não ficaria refém dos orçamentos públicos definidos pelos políticos e nem da ditadura do mercado como a televisão privada.

A TV Pública tem um certo pudor em relação aos anúncios, aos comerciais, que na verdade podem ser uma importante fonte de receita, desde que explorados de forma correta. É mais que uma necessidade, visto que os recursos governamentais são escassos para uma boa administração e para fortalecimento de veículos deste tipo.

É importante frisar que a TV pública deve divergir das Tvs comerciais em muitos pontos. Não necessariamente ela tem que “entrar no jogo” do Ibope, pois não tem compromisso com a audiência, ela não vende audiência, vende qualidade e conteúdo. A sua diferença é ser um dos principais emissor de informação com credibilidade. A TV pública tem que procurar aumentar cada vez mais os padrões de exigências da sociedade, tem que assumir a responsabilidade do interesse público, tratar o telespectador como um cidadão. Uma emissora pública não pode ser apenas um veículo didático, ela deve ter um conceito mais amplo.

O fortalecimento da TV pública também é de suma importância para a democratização da comunicação brasileira. Alguns vícios do próprio Estado surgem como obstáculos: caciquismo, corporativismo e patrimonialismo. A necessidade de superar esses vícios choca-se com a submissão das instituições estatais (administrações transitórias e fragmentadas), criando uma dificuldade para fortalecer as televisões públicas.

Essas emissoras poderão captar recursos, ter poder decisório e desempenharão um papel imprescindível na formação cultural humanística, quando a sociedade deixar de ser pouco participativa e omissa no que diz respeito as questões fundamentais para o seu próprio desenvolvimento, quando os conselhos dos órgãos públicos, estaduais e até mesmo dos comerciais abrirem mão de seus interesses articulados. Uma vez definidas as estratégias, a sociedade precisa ter uma capacitação maior para reverter esse quadro, um controle público tem que ser criado, assim como uma política de desenvolvimento da cultura deve respaldar a sociedade.

A TV pública, enfrenta problemas para se manter viva. Porém, há uma possibilidade que surge como saída: ela precisa se reciclar, passar por uma reformulação interna. Destino ? Autonomia ? Inserção na Sociedade? São itens que

devem ser esclarecidos, reforçados. Já é do conhecimento da população que a escola pública não é mais o espaço ideal para a formação do cidadão, a família perdeu o espaço da reflexão comum, da transmissão de valores, da formação de opinião. A TV pública, então, entra na sociedade com o objetivo de ser uma formação complementar do homem. Ela tem como alvo principal o cidadão e não o mercado. Ela é exclusivamente voltada para os desejos, os valores do cidadão e basicamente tem três finalidades: educação, cultura e informação.

A TV Pública deve divulgar os “produtos” culturais ligados à educação e humanística. No que diz respeito à informação, a emissora pública deve ter uma consciência maior da pauta, tem que ser mais temática e analítica, as informações devem ser mais claras e objetivas, não se agregando a questões políticas e governamentais, devem ser tratadas com mais competência, pluralista e isenta. É importante fazer um jornalismo público, com fontes plurais, notícias analíticas, privilegiando a diversidade, com formato e linguagem diferenciada das emissoras comerciais.

Para concretizar essa transformação da TV pública é preciso fazer uma reflexão profunda, é preciso ter convicção de que as mudanças realmente a tornarão mais eficiente e funcional. Além disso, é preciso criar um meio, apoio cultural, para se captar mais recursos – visando a aquisição de equipamentos – sem afetar a sua reflexão, criando assim um patamar ético que caracterize uma emissora pública. A requalificação do pessoal em cima de cada projeto a ser desenvolvido também é um ponto fundamental para que ela possa solidificar o seu trabalho na sociedade.

Todas as definições e problemas apontados pelos diversos estudiosos e pessoas que atuam tanto no Brasil como na América Latina, Europa e Estados Unidos se enquadram nas três categorias enunciadas por Laurindo Leal Filho e que são tomadas como referência para nossa análise neste trabalho.

4 TVE – METODOLOGIA E ANÁLISE DE DADOS

4.1 FUNDAÇÃO PIRATINI – RÁDIO E TELEVISÃO EDUCATIVA DO RIO GRANDE DO SUL

A TV Educativa do Rio Grande do Sul nasce vinculada a Secretaria de Educação do Estado. Em 1961 o Governo Federal iniciou um programa de educação pela televisão e a Secretaria de Educação e Cultura teve interesse em criar uma emissora com este objetivo, mas somente em 1965 foi criado um setor de Cinema e TV Educativa (www.tve.com.br, 2005).

A concessão aconteceu em junho de 1968, canal 7, em Porto Alegre. O início foi no campus da PUC-RS em 1973, com transmissões em circuito aberto, e a emissora instalada na Faculdade dos Meios de Comunicação Social (FAMECOS), se chamava no seu início de Centro de Televisão Educativa (CETEVE) (www.tve.com.br, 2005).

Em 1980, após um incêndio no prédio da FAMECOS, a CETEVE ficou funcionando num caminhão de externas por seis meses até se mudar para a sede da antiga TV Piratini (Rede Tupi), locado pelo Governo do Estado ao INSS, que detinha a posse em virtude de dívidas fiscais do Grupo Associados. Até este período, a direção da emissora era feita por jornalistas, especialmente professores. Em 1981, a CETEVE passa a ser uma Fundação, passando a se chamar TVE-RS, ligada à Secretaria de Educação e Cultura (LOBATO, 2004).

O primeiro presidente foi o Prof. Jorge Alberto Furtado e a programação era composta por aulas de ensino profissional do 2º. Grau, programas culturais e educação rural, realizada por professores e funcionários da emissora.

Com a instalação de repetidoras em Santa Maria, Bagé, Santa Cruz e Cruz Alta, em 1983, via Companhia Riograndense de Telecomunicações (CRT), iniciou o

processo de interiorização, coincidindo com o início da transmissão em cores (LOBATO, 2004).

1987, foi um ano de grandes transformações para a TVE-RS. Baseado na lei 7476/80 foi criada uma fundação autárquica pelo Governo do Estado para operar uma televisão educativa, produzir aulas e outros programas educativos, culturais e artísticos para televisão, distribuindo-os, quando fosse o caso, através de outras emissoras (LOBATO, 2004).

Neste mesmo ano, foi extinta a divisão pedagógica e foi então que o presidente Alfredo Fedrizzi procurou desvincular a TV da Secretaria de Educação, conforme o decreto 32517/87, mas esta alteração somente ocorreu formalmente em 1989, através do decreto 33314, quando o vínculo passou a ser com a Secretaria da Cultura, Turismo e Desporto (LOBATO, 2004).

Também neste ano, a Lei Sarney autorizava doações e apoio cultural da iniciativa privada, possibilitando a melhoria na infra-estrutura da televisão, com incremento da produção local e um processo mais ambicioso de interiorização. A TVE-RS começava uma nova etapa, na tentativa de ser uma emissora pública, ao mesmo tempo em que diminuía a programação da TVE Rio, que tinha um perfil governamental, aumentava a exibição de programas da TV Cultura, de São Paulo, que tinha uma proposta mais independente em relação ao governo.

Em 1997 a TVE-RS entra no satélite com 28 retransmissoras e atualmente com a geradora no Canal 7 em Porto Alegre atinge 13 municípios e 3,15 milhões de pessoas, com a perspectiva de que, com o novo transmissor a ser instalado chegue a 56 municípios e 4 milhões de habitantes (LOBATO, 2004).

A cobertura atual no interior do Estado é de 24 municípios e 2 milhões e 900 mil habitantes e com as novas instalações previstas será de 32 municípios e 3,4 milhões de habitantes. Intenta-se chegar a 37 municípios e atingindo 5,5 milhões de telespectadores e o projeto posterior de atingir 88 municípios e 7,4 milhões num futuro breve. Esta será a cobertura da TVE-RS, segundo o Eng. Airton José Nedel, responsável pelas retransmissoras da televisão.

Entre tantas alterações e descontinuidades, verificamos que, desde o seu início, a TVE-RS já sofreu mudanças através de legislação 18 vezes, sendo a mais significativa a Lei 10.536/95, que institui o Conselho Deliberativo da Fundação Cultural Piratini – Rádio e Televisão, na tentativa de seguir os passos da TV Cultura de São Paulo, que tem o projeto mais próximo do que possa ser uma televisão pública no Brasil, que mais adiante será detalhado (LOBATO, 2004).

Desde 1981 a TVE-RS mudou de nome cinco vezes. A cada alternância de Governo (de quatro em quatro anos) as modificações vão desde o logotipo à alteração do nome da emissora. E o fato mais significativo é a mudança da linha editorial e conseqüentemente da grade de programação, causando com isso um prejuízo para a identidade da televisão e a construção de um verdadeiro espaço público.

Alguns fatores significativos diferenciam a TVE-RS da TV Cultura de São Paulo no desafio de se construírem como emissoras públicas. Enquanto na TVE-RS a Direção Executiva é indicada pelo Governo do Estado e por conseqüência esta indica todas as chefias em Cargo em Comissão – CCs, geralmente profissionais comprometidos com os partidos da base aliada que está no poder, a TV Cultura tem a sua Direção Executiva indicada pelo Conselho.

Outra questão que merece destaque é a forma de captação de recursos: A TVE-RS ainda está fazendo estudos sobre a possibilidade de disputar no mercado publicitário, anúncios comerciais sob o eufemismo de apoio cultural. Embora a arrecadação via apoio cultural seja inexpressiva, existem normas do que é permitido: a) descrição dos benefícios e ou atributos do produto; b) assinatura da marca; c) assinatura do produto; d) campanhas de interesse social; e) campanhas governamentais; f) *e-mail* ou *home page* sem comando de uso; g) lançamentos culturais, tais como, filmes, jornais, revistas e livros; e o que é proibido: a) materiais de empresas que façam referências a bebidas, agrotóxicos, medicamentos, fumo e derivados, além de material de higiene e limpeza; b) estímulo direto ao consumo; c) testemunhais ou demonstração de uso ou consumo do produto; d) qualquer número de telefone, exceto o institucional e ou de atendimento ao consumidor; e) anúncios de preços ou utilização de termos superlativos comparativos; f) mensagem com apelo erótico; g) marketing direto.

Até hoje as pequenas iniciativas tem beirado os quase 100% das empresas estatais e a verba não chega até a administração da emissora, mas para o caixa único do Estado, inviabilizando desta forma a sua aplicação em custeio e melhoria nas precárias condições estruturais, não obstante seja a folha de pagamento de pessoal totalmente de responsabilidade do Governo do Rio Grande do Sul, como também os investimentos na área técnica.

Como o Estado gaúcho vive uma crise econômica sem precedentes, os reajustes de salários dos profissionais está em atraso (2004-2005 e 2005-2006) e o equipamento está totalmente sucateado, chegando ao ponto do acervo da televisão estar sendo desgravado para o aproveitamento das fitas para a gravação de novos programas e a frota de carros em péssimo estado por falta de manutenção, já ter causado acidentes com equipes de reportagem (www.jornalistasrs.org.br, 2005).

Já a TV Cultura tem ousado na busca de recursos e tem um marketing agressivo na disputa com as emissoras privadas, inclusive sendo criticada duramente pela ABERT – Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão. Estes recursos entram diretamente no caixa da emissora, que consegue avançar na sua estrutura de funcionamento, embora dependa do Governo do Estado de S. Paulo para o seu custeio com pessoal e melhorias técnicas (em outubro/2005 o Governador Geraldo Alkmin destinou a TV Cultura R\$ 50 milhões para a compra de equipamentos digitais) (LOBATO, 2005. p. A-5).

O ex-presidente da TV Cultura, Jorge Cunha Lima, costuma dizer que o governo paulista paga mas não manda na emissora, se referindo ao fato de que o Conselho é que escolhe a Direção Executiva e não o Governador, como ocorre no Rio Grande do Sul, mas vários fatos comprovam a interferência do Executivo nas duas emissoras, tanto na escolha da direção como também na linha editorial.

A TVE-RS, Fundação Cultural Piratini – Rádio e Televisão é uma fundação pública de direito privado e, por esta razão, mesmo fazendo parte da administração indireta, incorporou normas da administração direta, como a exigência de concurso público para o ingresso de servidores, conforme determina a Constituição de 1988 e a necessidade de licitação pública para adquirir bens. Isso de certa forma, ao mesmo tempo, que preenche o requisito público de transparência, submete o veículo

a um sistema burocrático e, portanto, prejudicial a uma emissora de televisão. Como os insumos para televisão são todos importados, quando é realizada uma licitação no exterior os valores já mudaram no mercado, criando uma dificuldade a mais, além da falta de recursos do Estado, para uma atualização tecnológica.

Embora a TVE-RS seja legalmente subordinada a Secretaria da Cultura, na prática responde a Coordenação de Comunicação Social do Palácio Piratini, sede do governo gaúcho, onde trabalha o Governador Germano Rigoto. Portanto fica evidente a interferência política do Executivo na TVE-RS, o que de certa forma é um desafio para um projeto de TV pública.

Uma outra situação de dependência da TVE-RS é relativa ao orçamento da emissora, que faz parte do orçamento geral do Estado, submetido anualmente a Assembléia Legislativa, e que numa situação de crise econômica sempre recebe cortes para favorecer setor mais prementes como educação, saúde, infra-estrutura de transportes e emendas de parlamentares, ficando desta forma refém do Executivo e, ao mesmo tempo, em segundo plano diante das demandas mais urgentes frente a escassez de recursos. Esta dependência se estende à solicitação de verbas suplementares para fazer frente ao custeio e que fica sob a conjuntura política e econômica do momento. A lei 10.535 de 08 de agosto de 1995, altera a estrutura organizacional, através de um novo Estatuto, e a denominação da Fundação Piratini Rádio e Televisão Educativa, vinculada à Secretaria de Estado da Cultura (ANEXO C).

A programação da emissora, diante das limitações se mantém no ar com 3 horas e 30 minutos de produção local com 17 programas: Paralelo Sul, Consumidor em Pauta, Concertos TVE, Hip Hop Sul, Palcos da Vida, Radar, Pandorga, Rio Grande Rural, Galpão Nativo, TV Cine, Frente a Frente, Viva Bem, Primeira Pessoa, TVE Repórter, Estação Cultura, Jornal da TVE 1ª Edição e Jornal da TVE 2ª Edição. Com programas da TV Cultura de São Paulo e da TVE do Rio a emissora gaúcha fecha a grade com 10 horas de transmissão diária (ANEXO D).

O Conselho Deliberativo da Fundação Cultural Piratini – Rádio e Televisão é formado por vinte e cinco membros: 3 representantes de órgãos estatais – Um membro da Secretaria da Cultura, um da Secretaria da Educação e um da Comissão

Estadual da Educação, Cultura, Desporto, Ciência e Tecnologia da Assembléia Legislativa; um representante das Universidades, através do Fórum Estadual de Reitores; seis membros eleitos por seu notável saber e contribuição a cultura, educação e a comunicação; um representante dos funcionários, eleito diretamente pelo quadro funcional ; quatorze membros da sociedade civil, representando as seguintes entidades: Associação Riograndense de Imprensa, Sindicato dos Jornalistas-RS, Sindicato dos Músicos, Sindicato dos Trabalhadores em Empresas de Radiodifusão e Televisão do RGS, Federação dos Trabalhadores na Agricultura do Estado do RS, Associação Riograndense de Propaganda, Federação das Associações Comerciais do RS, Federação da Agricultura do RS, Federação das Indústrias do Estado do RGS, Centro dos Professores e dos Trabalhadores em Educação do Estado do Rio Grande do Sul – CEPERS Sindicato, Sindicato dos Professores das Escolas Particulares – SINPRO, Sindicato de Ensino no Estado do RGS, Federação das Associações de Municípios do RS e Associação Profissional dos Técnicos Cinematográficos do Rio Grande do Sul.

Com esta composição o Conselho Deliberativo funciona desde 11 de novembro de 1997, disciplinado, por um Regimento Interno, com oito capítulos: I – Disposição Preliminar; II – das Atribuições; III – da Composição; IV – da Mesa Diretora; V – das Reuniões; VI – do Quorum, VII – das Comissões; VIII – das Disposições Finais (ANEXO E).

O Conselho Deliberativo estabeleceu diretrizes específicas para a programação da TVE-RS, a fim de que sejam preservados os compromissos próprios que uma emissora pública deve ter com a sociedade, mantendo a qualidade dos programas exibidos, sem se deixar levar pela lógica do mercado, a exemplo do que ocorre com as emissoras comerciais.

4.1.1 Perfil de Audiência da TVE-RS

Em função deste quadro a Direção da TVE-RS em agosto de 2004, contratou uma pesquisa junto a Agência Martins + Andrade – Comunicações, denominada de “Planejamento Estratégico de Comunicação” com três objetivos:

definir um posicionamento para a marca TVE; elaborar uma estratégia de atuação para o marketing e para a comunicação da marca; desenvolver um plano que dê coerência e sinergia para todas ações de comunicação. Foi realizada uma pesquisa qualitativa com dois grupos de receptores: um de sete homens e mulheres espectadores da TVE-RS e outro de 12 homens e mulheres que não assistem. Também foi realizada uma pesquisa quantitativa sobre a imagem que as pessoas tem da TVE-RS. Foram ouvidas 406 pessoas, sendo que 47,3% homens e 52,2% mulheres, utilizando um questionário com questões abertas e fechadas. De acordo com a renda familiar, 15% se enquadram na classe A, 36,2% na B, 36,7% na C e 9,6% nas classes D/E (4). Por faixa etária, 7,6% dos entrevistados estavam entre 15 e 19 anos, 19% entre 20 e 24 anos, 13,5% entre 25 e 29 anos, 11,3% entre 30 e 34 anos, 11,1% na faixa dos 35 e 39 anos, 8,1% entre 40 e 44 anos, 9,6% entre 45 e 49 anos, 8,4% entre 50 e 54 anos e 10,8% acima de 55 anos (ANEXO F).

Em relação a preferência por emissoras 80% assiste a Globo/RBS, 31%; a BAND, 30,3%; o SBT, 16,7%; a TVE-RS, 9,9%; a Guaíba, 7,4% a Pampa e 18,4 outros canais.

Foram definidas cinco categorias na pesquisa: Idealização, Preferência, Familiaridade, Rejeição e Desconhecimento, que foram analisadas comparativamente em relação às demais emissoras que concorrem em Porto Alegre. Os dados da TVE-RS são preocupantes, de acordo com os telespectadores: 1% apenas de idealização, 7,1% de preferência, 71,7 de familiaridade, 5,4% de rejeição e 14,5% de desconhecimento.

A TVE-RS é uma emissora que transmite em canal aberto, portanto de fácil acesso a população de Porto Alegre, onde foi realizada a pesquisa, tanto qualitativa com dois grupos distintos, como a quantitativa nas residências das pessoas.

Uma segunda característica que deve ser levada em conta refere-se às características sócio-históricas dos contextos de recepção. Inicialmente, são necessárias as características espaciais e temporais: os pesquisados assistem televisão na sala de suas residências, tendo como regra geral em companhia de outros membros da família, mantendo a média de 3,5 horas por dia. Também estão contemplados na pesquisa as assimetrias e diferenças sistemáticas, uma vez que os

dados coletados demonstram entre os entrevistados a presença de homens, mulheres, adultos e adolescentes de diversas classes sociais.

Uma terceira característica é a natureza e a significância das atividades de recepção, ou seja, como as pessoas assistem televisão. A pesquisa mostrou que 57,6% para lazer e entretenimento e 23,2% para passar o tempo, 15,5% para ver esporte e 2% por outros motivos, portanto sem prestar muita atenção e em geral fazendo outras atividades. Já 56,7% para se informar e 16,7% para adquirir cultura, portanto com um mínimo de concentração necessária.

A quarta característica refere-se ao significado das mensagens, como são interpretados pelos telespectadores. A TVE-RS é vista pelos pesquisados como uma televisão cultural com 68,2%, um índice acima do ideal (59,4%) apontado pelos próprios entrevistados e com uma grande diferença sobre três emissoras de Porto Alegre (TVCOM, 28,6%; Guaíba, 23,6%; Globo, 14,3%), números que combinados com a imagem de televisão educativa que é de 61,3%, também acima do ideal (41,6%) e bastante elevado em comparação com a concorrência (TVCOM, 22,4%; Guaíba, 19,7%; Globo, 10,3%), leva a deduzir que com percentuais tão elevados nestes quesitos, acima inclusive do ideal, demonstram que a emissora tem uma programação desinteressante.

Reforça esta visão ao ficar abaixo do ideal em outros atributos: moderna, informativa, ética, diversificada, com qualidade, forte, com tecnologia e popular.

A quinta característica é a elaboração discursiva das mensagens comunicativas, ou seja, como as pessoas vêem a TVE-RS e a imagem que tem nas residências, no mercado e pelo próprio pessoal que trabalha nos meios de comunicação. O diagnóstico da pesquisa destaca um círculo negativo da emissora.

Apurados os dados, a pesquisa aponta três eixos no seu diagnóstico para que haja uma transformação contínua na elaboração discursiva das mensagens e seja possível uma mudança da apropriação cotidiana da imagem construída: 1) Provar o valor do conceito TVE para o público interno; 2) Tornar visível essa diferença no que é tangível; 3) Mostrar para o mercado a similaridade entre o que as empresas querem para suas marcas e o conceito da TVE.

A sexta característica compreende as formas de interação e quase interação estabelecidas através da apropriação. Esta é uma característica complexa da apropriação quotidiana que pode ser compreendida em quatro tipos de interação e quase interação. Primeiramente, há a interação que pode ocorrer entre receptores e não receptores, contemplada nesta pesquisa, que foi construída com dois grupos de telespectadores: um com sete homens e mulheres que assistem a TVE-RS e outro grupo com doze homens e mulheres que não acompanham a programação da emissora. O segundo tipo de interação caracteriza a situação de não receptores que tomam conhecimento da elaboração discursiva das mensagens, como foi o caso que ocorreu com um dos grupos pesquisados. Os processos de quase interação não ocorreram, ou seja, a relação entre os pesquisados e produtores das mensagens, assim como a presença de comunidades virtuais de telespectadores da TVE-RS na pesquisa. Entretanto, indo um pouco além, é possível considerar que as pessoas, num processo contínuo, tomam conhecimento apenas das mensagens da televisão que estamos enfocando, mas também das outras emissoras inseridas no seu quotidiano e nas suas relações sociais e compará-las, capazes de ter uma compreensão crítica no decurso da apropriação contínua das mensagens recebidas.

4.2 METODOLOGIA

Primeiramente é preciso resgatar o conceito de “Ideologia”, para então analisar o objeto de estudo, sob a luz da teoria social crítica, na era da comunicação de massa, proposta pelo sociólogo Thompson (1995). O autor propõe analisar as estratégias de operação da ideologia na mídia através da Hermenêutica de Profundidade. Este referencial metodológico é desenvolvido em três fases: análise sócio-histórico, análise formal ou discursiva e a interpretação/reinterpretação:

Este referencial coloca em evidência o fato de que o objeto de análise é uma construção simbólica significativa, que exige uma interpretação. Por isso, devemos conceder um papel central ao processo de interpretação, pois somente desse modo poderemos fazer justiça ao caráter distintivo do campo objeto (THOMPSON, 1995, p. 355).

As formas simbólicas fazem parte do contexto socio-histórico, portanto a hermenêutica de profundidade é perfeitamente adaptável à análise da ideologia e da comunicação de massa.

4.2.1 Teoria Social Crítica

Para a análise da comunicação de massa, Thompson coloca o “enfoque tríplice” como uma ferramenta elementar da hermenêutica de profundidade que ressalta sua importância em cada uma das três fases do enfoque.

Tal referencial tem como questão de fundo a tradição da hermenêutica que vem desde a Grécia Clássica, com algumas transformações que ocorreram até hoje, especialmente nos séculos XIX e XX com os pensadores Dilthey, Heidegger, Gadamer e Ricoeur. Estes filósofos hermeneutas lembram que o estudo das formas simbólicas é fundamentalmente e inevitavelmente um problema de compreensão e interpretação.

As formas simbólicas são construções significativas que exigem uma interpretação; elas são ações, falas, textos que, por serem construções significativas, podem ser compreendidas, pois na investigação social o objeto é ele mesmo, um território pré-interpretado. O mundo socio-histórico não é apenas um campo-objeto para ser analisado, mas também um campo-sujeito, construído em parte, por sujeitos que no dia a dia estão preocupados em compreender a si mesmos e aos outros e a interpretar ações, falas e acontecimentos à sua volta.

A chave do caminho de reflexão para este campo de força é o que Ricoeur e outros chamaram de “hermenêutica de profundidade”. Segundo Thompson (1999), o valor desta idéia é que ela possibilita um referencial metodológico orientado para a interpretação de fenômenos significativos, através de diferentes tipos de análise que podem apoiar-se mutuamente, desde as características estruturais de formas simbólicas até as condições sócio-históricas de ação e interação (FINGER, 2002).

A contribuição de Heidegger ressaltou a importância do processo de compreensão, pois, além de ser inerente ao ser humano, é também algo que fazemos a todo o momento, procurando compreender o mundo que vivemos e os outros e seus comportamentos. Os analistas sociais, ao interpretar um objeto usando de forma especializada os mesmos procedimentos, também tomam por base toda esta vivência, portanto podem interpretar um campo objeto, do qual a forma simbólica faz parte, que já foi interpretado pelos próprios sujeitos, portanto uma re-interpretação de algo pré-interpretado pelos sujeitos na construção do mundo sócio-histórico.

Segundo Thompson, a hermenêutica nos lembra que o campo-objeto da investigação social também é um campo-sujeito e também nos recorda de que “os sujeitos que constituem o campo-sujeito-objeto são como os próprios analistas sociais, sujeitos capazes de compreender, de refletir e de agir fundamentados nessa compreensão e reflexão” (THOMPSON, 1995, p. 356). Portanto os resultados de uma investigação ou de uma pesquisa são apropriados pelos sujeitos que formam o campo subjetivo-objetivo onde estes resultados incidem, alterando o processo de apropriação. Isso pelo fato da investigação social estar vinculada a um campo-objeto, que é formada por sujeitos com capacidade de compreensão, reflexão e ação, que os seus resultados podem ser apropriados pelos próprios sujeitos que fazem parte deste campo, mesmo que os resultados não sejam apropriados.

Devemos também levar em conta a atualidade da hermenêutica é o fato de que “os sujeitos que constituem parte do mundo social estão sempre inseridos em tradições sócio-históricas” (THOMPSON, 1995, p. 357). As tradições históricas e o conjunto complexo de significados e valores que são incorporados de gerações a gerações fazem parte da essência humana, pois os seres humanos fazem parte da história não estando apenas na condição de meros assistentes mas de protagonistas.

Segundo Thompson (1995), a experiência humana é sempre histórica e que a cada nova experiência estão compreendidas as experiências passadas, portanto, ao tentarmos compreender o novo recorreremos ao que já existe e a nossa percepção do novo tomará como referencia comparativa ao anterior, pois só assim reconheceremos algo como novo.

Para Thompson (1995, p. 358), “a hermenêutica da vida cotidiana é um ponto de partida primordial e inevitável do enfoque da hermenêutica de profundidade”. O enfoque da hermenêutica de profundidade deve se basear no esclarecimento como as formas simbólicas são interpretadas e compreendidas pelas pessoas que as produzem e as recebem no seu dia a dia. Para reconstruir as possibilidades como as formas simbólicas são interpretadas e compreendidas nos mais diversos contextos da vida social, podemos recorrer a entrevistas, observação participante e outros tipos de pesquisa etnográfica.

Thompson chama de “interpretação da doxa” esta reconstrução, que é ela mesma um processo interpretativo ou uma interpretação do entendimento do dia a dia, portanto uma interpretação das opiniões, crenças e compreensões que são sustentadas e divididas pelos indivíduos que fazem parte da sociedade. Para irmos além da interpretação da doxa, apenas tendo-a como ponto de partida é necessário recorrermos aos tipos de análise que estejam contemplados no referencial metodológico da hermenêutica de profundidade, levando em consideração as maneiras como as formas simbólicas estão estruturadas e as condições sócio-históricas em que estão inseridas.

Análise sócio-histórica, análise formal ou discursiva e interpretação/reinterpretação são as três fases do enfoque da hermenêutica de profundidade.

O objetivo da análise sócio-histórica é reconstruir as condições sociais e históricas de produção, circulação e recepção das formas simbólicas. Partindo desta premissa e focando o objeto de estudo realizando esta análise no Capítulo I, contemplando cinco aspectos. Primeiro, as situações espaço-temporais, em que as formas simbólicas são produzidas e recebidas, reconstruindo o ambiente em que as mensagens foram produzidas (falas, narração e opiniões) e recebidas (ouvidas, vistas e entendidas). Segundo, os campos de interação, que é um espaço de posições e um conjunto de trajetórias, que determinam parte das relações entre os indivíduos e parte das oportunidades de acesso a elas.

Dentro desses campos de interação, as pessoas utilizam vários tipos e quantidades de investimentos que dispõe, como também regras, convenções e

“esquemas” flexíveis. Em geral, estas regras não são muito claras, mas fazem parte e se reproduzem no dia-a-dia. Terceiro, as instituições sociais fazem parte de um conjunto estável de regras e recursos, juntamente com relações sociais que são estabelecidas por eles mesmos.

Partindo do objeto de estudo pode se visualizar as instituições sociais nas emissoras de televisão privadas e as relações com as emissoras educativas, públicas, estatais e os órgãos governamentais que as regulam, considerando a capacidade de recursos econômicos e o seu desenvolvimento através do tempo, assim como o comportamento das pessoas que agem a seu favor e no interior destas instituições. Quarto, estrutura social, tem por objetivo definir as assimetrias, as diferenças e divisões que ocorrem na relação entre as instituições sociais e os campos de interação.

É importante tentar um esforço teórico para estabelecer critérios, categorias e princípios que detectem as diferenças e assegurem seu caráter sistemático e durável, identificando quando são apenas manifestações individuais e quando são coletivas e permanentes sobre distribuição e acesso a recursos, poder, oportunidades e possibilidades de realização. Quinto, os meios técnicos de construção de mensagens e de transmissão, importantes porque são por onde transitam as formas simbólicas que servem para as pessoas interagirem, como é o caso da televisão, objeto de estudo e que foi abordado exhaustivamente no Capítulo II.

Os meios técnicos dão as formas simbólicas determinadas características, certo grau de fixidez, reprodutibilidade e possibilidades de participação para os indivíduos que usam este meio, que se desenvolve dentro de parâmetros institucionais particulares, observando a regulação, a produção e a circulação das formas simbólicas, inseridos em contextos sócio-históricos particulares, sujeitos a habilidades, regras e recursos, capazes de decodificar mensagens que chegam desigualmente distribuídas para as pessoas.

A segunda fase de análise é a análise formal ou discursiva. As formas simbólicas são os produtos de ações localizadas e com base em regras e recursos que estão a disposição do produtor, ou seja, objetos e expressões que circulam nos campos sociais que também são construções simbólicas complexas que apresentam

uma estrutura articulada e tem capacidade e objetivo dizer alguma coisa sobre algo. Thompson (1995) distingue vários métodos: análise semiótica, análise de conversação, análise sintática, análise narrativa e análise argumentativa.

Para o objeto de estudo, a análise argumentativa é a que nos parece ser a que mais se presta, por tratar e analisar as características estruturais e das relações do discurso, pois Thompson se refere a discurso às instâncias de comunicação correntemente presentes. O objeto da análise discursiva serve para tratar de casos concretos da comunicação cotidiana, conversação entre amigos, participação numa sala de aula, editorial jornalístico e um programa ou programação de televisão, que particularmente é o caso do nosso presente estudo. Além de as instâncias do discurso estarem sempre situadas em contextos sócio-históricos, também apresentam características e relações estruturais, portanto passíveis de análise com o auxílio de vários métodos que Thompson caracterizou de análise discursiva.

A terceira fase de análise da hermenêutica de profundidade proposta é a interpretação/reinterpretação. A construção da análise acontece sobre as conseqüências interrelacionadas da análise formal ou discursiva e da análise sócio-histórica, o que, de certa forma, favorece a uma construção criativa do significado, ou seja uma explicação interpretativa do que está representado ou do que é expressado, portanto um complemento necessário à análise formal ou discursiva, que desconstrói, divide e quebra os padrões e feitos que constituem e que agem dentro de uma forma simbólica ou discursiva. É, segundo Thompson, como “aspecto referencial”, que dizem algo, se referem a algo e representam algo. No processo de interpretação, procurou-se entender este aspecto referencial.

Portanto, mediado pelo método da análise formal ou discursiva e pelo método da análise sócio-histórica, o processo de interpretação está localizado dentro do referencial da hermenêutica de profundidade. O processo de interpretação se sobrepõe e está além da análise sócio-histórica e da análise formal ou discursiva, que, mediado pelos métodos do enfoque da hermenêutica de profundidade, torna-se simultaneamente um processo de reinterpretção de um campo pré-interpretado, projetando um significado possível que pode divergir do significado construído pelos sujeitos que formam o mundo sócio-histórico.

Por último, Thompson (1995) mostra como o referencial metodológico da hermenêutica de profundidade serve para interpretar a ideologia. Recuperando cada uma das fases da hermenêutica de profundidade, é possível destacar as formas como o significado se presta para estabelecer e sustentar relações de dominação. (FINGER, 2002) A interpretação da ideologia é uma interpretação das formas simbólicas que demonstra em situações especiais, servindo para estimular e sustentar a posse e o exercício do poder e identificar o significado que está a serviço deste mesmo poder. A partir da análise da ideologia, a atenção com a ideologia nos orienta para as relações de dominação que caracterizam o contexto, no qual as formas simbólicas são produzidas e recebidas. Quando aplicada na interpretação da ideologia, a análise sócio-histórica deve ter cuidados especiais com as relações de dominação que identificam as instituições sociais e os campos de interação e através da análise formal ou discursiva caracteriza as formas simbólicas que mobilizam o significado.

Para Thompson, interpretar a ideologia é “explicitar a conexão entre o sentido mobilizado pelas formas simbólicas e as relações de dominação que este sentido ajuda a estabelecer e sustentar”, portanto um processo de síntese criativa (THOMPSON, 1995, p. 396).

4.2.2 Ideologia

Para Thompson (1995), o conceito de ideologia, há dois séculos atrás, ocupou uma posição central e, às vezes, inglório, no desenvolvimento do pensamento social e político. Introduzido por Destutt de Tracy como uma marca para uma suposta ciência das idéias, o termo “ideologia” tornou-se um instrumento na disputa política, feita na área da linguagem.

Na atualidade, a ideologia significa o pensamento do outro, de uma pessoa diferente de nós. O que resulta na transmissão de um sentido negativo, crítico (FINGER, 2002).

A concepção neutra da ideologia foi uma tentativa de teoria social e política, nas duas últimas décadas, de tirar do conceito o seu sentido negativo. Desta forma, as ideologias podem ser reconhecidas como “sistemas de pensamento”, “sistemas de crenças” ou “sistemas simbólicos”. Nessa concepção não há nenhuma distinção entre tipos de ação ou projetos que a ideologia incentive; a ideologia está presente em qualquer programa político e é uma característica de qualquer movimento político organizado.

Para Thompson (1995), este conceito é muito ambíguo, controvertido e contestado, usado e abusado de várias formas, ao ponto de não se prestar mais a uma análise social e política. Por isso propõe que o conceito de ideologia continua sendo útil e importante na análise social e política, embora não possa ser despojado de seu sentido negativo, crítico. Ao contrário, a reformulação, de forma criativa, pode ser vista como uma concepção crítica da ideologia. Portanto a reformulação do conceito foca as inter-relações entre sentido (significado) e poder. Seriam as formas como o sentido serve, em circunstâncias particulares, para estabelecer e sustentar relações de poder que são sistematicamente assimétricas – relações de dominação. Ideologia, falando de uma maneira mais ampla, é sentido a serviço do poder.

As maneiras como o sentido é construído e usado pelas formas simbólicas de vários tipos, desde falas lingüísticas até as imagens e os textos complementares, é uma exigência do estudo da ideologia. É necessário apurar os contextos sociais dentro dos quais essas formas simbólicas são utilizadas e articuladas. E, o mais importante, como as formas simbólicas são geralmente transmitidas do produtor para o receptor em contextos estruturados (FINGER, 2002).

A troca de formas simbólicas não está mais restrita a contextos de interação face-a-face, mas mediada, ampla e crescente, pelas instituições e mecanismos da comunicação de massa nas sociedades modernas. A separação da interação social do local físico é consequência do desenvolvimento dos meios técnicos. O reflexo disto é um corte entre a produção e a recepção de formas simbólicas, que viabiliza um tipo específico de interação, através do tempo e do espaço, que pode ser qualificada de uma “quase-interação-mediada”. O fluxo de comunicação é basicamente de mão única do produtor para o receptor, limitando as possibilidades e os modos de respostas.

O desenvolvimento da teoria social dos meios de comunicação provê um pano de fundo contra o qual nós podemos reconsiderar os problemas ligados à análise da ideologia nas sociedades modernas. Se pensarmos ideologia em termos das maneiras como o sentido mobilizado pelas formas simbólicas serve para estabelecer e sustentar relações de dominação, então podemos ver que o desenvolvimento da comunicação de massa traz conseqüências enormes para a natureza e o alcance dos fenômenos ideológicos (THOMPSON, 1995, p. 31).

Thompson (1995) destaca cinco modos gerais que a ideologia opera, não sendo os únicos e nem independentes, sobrepondo-se e reforçando-se mutuamente, que tais estratégias não são as únicas e nem ideológicas em si mesmas:

- a) Legitimação:** As relações de dominação podem ser estabelecidas e sustentadas por serem representadas como legítimas, baseadas em fundamentos racionais que se legitimam nas regras dadas, nos fundamentos tradicionais que fazem apelo à sacralidade das tradições imemoriais e através de fundamentos carismáticos que se baseiam no caráter excepcional de uma pessoa individual que exerça autoridade. Estes fundamentos podem ser expressos em formas simbólicas através de estratégias típicas de construção simbólica. Uma delas é a racionalização, em que é construída uma cadeia de raciocínio para defender ou justificar um conjunto de relações ou instituições sociais e com isso convencer de que é digno de apoio. Outra seria a universalização, em que acordos que beneficiam alguns indivíduos são apresentados como do interesse de todos. Também a narratividade, em que estão inseridas histórias que narram o passado e tratam o presente como uma tradição indiscutível, envolvendo a todos em um processo simbólico para garantir relações de dominação.
- b) Dissimulação:** As relações de dominação podem ser estabelecidas e sustentadas pelo fato de serem ocultadas, negadas ou obscurecidas, ou pelo fato de serem representadas de uma maneira que desvia nossa atenção, ou passa por cima de relações e processos existentes. Pode ser expressa em formas simbólicas através de uma variedade de estratégias, como deslocamento, em que conotações positivas ou negativas, atribuídos a um objeto ou pessoa, é usado para se referir a outro objeto ou pessoa. Outra é a eufemização, onde ações, instituições ou relações

sociais são descritas ou redescritas a fim de despertar reconhecimento positivo, mudando o sentido real e quase imperceptível. Pelo uso figurativo da linguagem, a sinédoque, que é o uso uma expressão que significa uma parte para se referir ao todo ou vice versa; metonímia que é a utilização de um termo para substituir um atributo, um adjunto ou uma característica relacionada a algo para se referir a própria coisa; metáfora que implica na aplicação de um termo a um objeto ou ação, que literalmente não poderia ser aplicado, gerando tensão e criando um novo sentido e tornando-o duradouro, servindo para sustentar e reproduzir relações de dominação.

- c) **Unificação:** As relações de dominação podem ser estabelecidas e sustentadas através da construção, no nível simbólico, de uma forma de unidade que interliga os indivíduos numa identidade coletiva, independente das diferenças e separações que possam separá-los. A estratégia da padronização é expressa por formas simbólicas, adaptadas a um referencial padrão, proposto como um fundamento partilhado e aceitável de troca simbólica. Esta estratégia é muito usada pelo estado nas questões nacionalistas, pois ao unir indivíduos de forma que suprima as diferenças e divisões, a simbolização da unidade, em circunstâncias particulares, visa a estabelecer e sustentar relações de dominação.
- d) **Fragmentação:** Ao contrário da estratégia anterior, esta se apóia na segmentação de indivíduos e grupos que possam ser capazes de se transformar num desafio real aos grupos dominantes, ou dirigindo forças de oposição potencial a um alvo projetado como mau, perigoso ou ameaçador. A estratégia típica de construção simbólica é a diferenciação, destacando às distinções, diferenças e divisões entre pessoas e grupos, dando ênfase aos fatores que os desunem e impedem que se constituam um perigo eminente as relações estabelecidas. O expurgo do outro é outra estratégia que ocorre através da construção de um inimigo, contra o qual os indivíduos são chamados a resistir coletivamente ou a expurgá-lo.

- e) **Reificação:** As relações de dominação podem ser estabelecidas e sustentadas pela retratação de uma situação transitória, histórica, como se fosse permanente natural e atemporal. Através da estratégia da naturalização, um estado de coisas que é uma criação social e histórica pode ser tratada como um fato natural. Uma outra estratégia semelhante é a eternalização, onde fenômenos socio-históricos são esvaziados de seu caráter histórico ao serem apresentados como permanentes, imutáveis e recorrentes. Através de recursos gramaticais e sintáticos temos a nominalização, que ocorre, quando sentenças ou parte delas, descrição da ação e dos participantes nelas envolvidos, são transformados em nomes, e a passivização, que ocorre quando os verbos são colocados na voz passiva retirando os atores da ação e representando processos como coisas ou acontecimentos sem a participação dos indivíduos.

Através da identificação dos vários modos de operação da ideologia e de algumas das estratégias típicas de construção simbólica, com as quais eles podem ser associados e através das quais podem ser expressados e, assim, pensar na interação de sentido e poder na vida social. Estratégias particulares de construção simbólica ou tipos particulares de formas simbólicas não são ideológicas em si mesmas: se o sentido gerado pelas estratégias simbólicas ou difundido pelas formas simbólicas serve para estabelecer ou sustentar relações de dominação, é uma questão que deve ser respondida somente pelo exame dos contextos específicos dentro dos quais foram produzidos ou recebidos, somente através do exame dos mecanismos específicos por onde são transmitidos pelos produtores aos receptores, e somente através do exame do sentido que as formas simbólicas possuem para os indivíduos que as produzem e as recebem.

4.3 DESCRIÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

Foram analisadas dez (atas) do Conselho Deliberativo das cento e dezoito (118) atas produzidas desde a sua implantação, adotando como critério de seleção

aquelas que abordavam pelo menos um dos três aspectos categorizados por Thompson como formadoras do “*enfoque tríplice*” ou aborda questões tratadas pelo autor dentro do referencial da ideologia.

Este capítulo focou o objeto de estudo, a Fundação Piratini – Rádio e Televisão Educativas do Rio Grande do Sul, fazendo um recorte que compreende o período da implantação do Conselho Deliberativo – 1995 até 2005 – quando então passou a se autodenominar como televisão pública.

Também foi aplicado um questionário fechado a nove conselheiros, distribuído de forma com que todos os segmentos da sociedade que estão representados no Conselho Deliberativo fossem contemplados: três conselheiros representantes de entidades de classe patronal, três representantes de entidades de classe de trabalhadores, dois conselheiros eleitos e um conselheiro representante governamental.

Os conselheiros desempenham duplos papéis: um instituído legalmente que é estabelecer as diretrizes da programação e da produção da emissora (ANEXO G) e o outro que é na condição individual, que mesmo sendo conselheiros, também são receptores.

Nesta dupla função os conselheiros participam do que Thompson chama de “*enfoque tríplice*”, já que estabelecem as diretrizes da programação e produção, portanto também são responsáveis pelo primeiro aspecto: *produção e transmissão ou difusão* das formas simbólicas como também pelo segundo aspecto, já que são responsáveis por zelar pela *construção* da mensagem dos meios de comunicação. E na condição de receptores fazem parte daqueles que se enquadram no terceiro aspecto que é a *recepção e apropriação* das mensagens dos meios (THOMPSON, 1995).

No desenvolvimento deste trabalho se aplicou uma metodologia que desse conta da problemática, baseado no que Minayo diz “nada pode ser intelectualmente um problema, se não tiver sido, em primeiro lugar, um problema na vida prática” (MINAYO, 1994, p.17), reafirmando a resposta que se busca para a realidade da TVE que se autodenomina TV Pública. Entretanto, a sociedade não participa, é sustentada pelo Estado e atende aos interesses do Governo de plantão. Seguindo

todos os passos do método da pesquisa, na tentativa de obter as respostas para o problema, se encontra apoio no que diz Rúdio “pesquisa científica é elaboração, consciente e organizada, dos diversos procedimentos que nos orientam para realizar o ato reflexivo, isto é a operação discursiva da nossa mente” (RÚDIO, 1986, p. 17).

4.3.1 Descrição e Análise das Atas

Para efeito de análise do objeto, foram selecionadas dez atas, de reuniões do Conselho Deliberativo da Fundação Cultural Piratini – Rádio e Televisão Educativa do Rio Grande do Sul, das cento e dezoito, que compreendem o período entre outubro de 1995 e dezembro de 2005. O método utilizado foi da pesquisa qualitativa, dez atas foram escolhidas para análise, tomando como referência as que abordavam a programação da emissora ou as que tratavam de interferência do Governo na gestão da televisão, baseados nas categorias descritas por Thompson (1995), no “enfoque tríplice”, ou nas categorias dos modos de operação da Ideologia.

Na ata da reunião número um, de 31 de outubro de 2005, já se verifica a interferência do Governo na composição do Conselho. De acordo com a lei 10.536/95 o Conselho é formado por 19 conselheiros natos, sendo 18 representantes de entidades e um representante eleito pelos funcionários da Fundação, mais seis indicados pelos conselheiros natos e eleitos pelo próprio Conselho. Os seis nomes foram indicados por conselheiros ligados ao Governo o que gerou protestos do conselheiro Paulo Adilio Prestes Ferreira, representante do Centro dos Professores do Estado do Rio Grande do Sul – CEPERS Sindicato, que solicitou abertura de prazo para que outros nomes fossem apreciados. Diante do impasse, a proposta foi colocada em votação e, por doze votos a seis, venceu a proposta das entidades ligadas ao Governo, ou seja, a não reabertura de prazo para a apresentação de outros nomes, sendo eleitos os seis conselheiros apresentados inicialmente. Com esta composição, o Conselho, no seu primeiro mandato de três anos, que já mantinha maioria de votos favoráveis ao Governo, reforçou a sua hegemonia.

Na ata da reunião de número 35, de 08 de março de 1999, constatamos mais uma vez a preocupação do Conselho com as constantes interferências do Governo na Programação da televisão. O presidente do Conselho, jornalista Daniel Herz, fez a leitura de um primeiro documento sobre “Diretrizes para as Emissoras da Fundação Cultural Piratini”, elaborado por um grupo de conselheiros para servir de balizamento para a programação da emissora e evitar que fatos como a “Aula inaugural do ano letivo nas escolas do Estado” e “posse da Coordenadoria Estadual da Mulher”, viessem novamente a ocorrer, transformando a televisão em porta-voz eletrônico do Governo, dando especial destaque a dois governantes. O conselheiro Celso Schröder registrou que a cobertura deveria ser jornalística e não como evento especial, com transmissão ao vivo.

Na ata da reunião de número 43, de 08 de novembro de 1999, foi ponto de pauta a denúncia formulada pelo ex-presidente da TVE, Luiz Fernando Moraes, que apontou um desvio na programação jornalística em relação às diretrizes aprovadas pelo Conselho, praticada no Jornal da TVE em 20 de outubro de 1999. A denúncia indicava cobertura jornalística tendenciosa, com entrevistas com cinco pessoas ligadas ao partido do Governo (PT), além do Presidente da assembléia Legislativa, Paulo Odone (PMDB), portanto cinco opiniões favoráveis a base do Governo e uma contrária. O presidente do Conselho, Daniel Herz, reforçou a necessidade de se colocar em prática as diretrizes da programação, para inibir este tipo de situação. Depois das manifestações favoráveis e contrárias sobre este tema o presidente do Conselho disse que a cobertura foi inadequada, entretanto na falta de outras denúncias, a matéria em debate poderia ser considerada acidental.

Desde a formação do Conselho Deliberativo, na primeira reunião, se detectou a interferência do Governo, sendo possível notar a categoria *legitimação* através das estratégias de *padronização* e *simbolização da unidade* com o objetivo de estabelecer e sustentar relações de dominação. Tal ingerência também é encontrada na programação da emissora com a categoria *reificação*, através da estratégia da *naturalização*, conforme apareceu na reunião de número 35, como também na de número 43, na categoria *dissimulação*, através da estratégia da *metáfora*, onde o Governo tenta descaracterizar o uso da TVE-RS em benefício próprio.

Na ata da reunião de número 66, de 08 de outubro de 2001, constatamos um intenso debate sobre a programação da TVE. A Comissão de programação do Conselho fez um relatório pela segunda vez, que apontava divergências entre as Diretrizes de Programação para as emissoras da Fundação com o documento elaborado pela Direção Executiva da Fundação. O relatório realizado em 2000 apresentou os mesmos problemas como o de 2001, sendo este inclusive, mais específico, pois ouviu os funcionários que produzem estes programas.

Também foram levantados três tipos de problemas: 1) Falta de infraestrutura. 2) Falta de política de programação. 3) Problemas referentes ao conteúdo da programação, principalmente na área informativa. O telejornalismo foi o centro dos debates, pois a comissão de programação do Conselho apontou a falta de tensão e do contraditório, consequência do excesso de cargos de confiança (CCs) neste setor e falta de funcionários do quadro por decisão da Diretoria de Programação da Televisão.

Mais uma vez foi lembrado que, embora tenha sido cobrado por diversas vezes e com insistência, a Direção não apresentou um Projeto de Programação e vem mantendo um jornalismo oficial. Foi ressaltada a importância de se discutir o que é uma televisão pública, para compreender a programação e analisá-la, pois isso ajudaria na formulação de uma política de televisão pública. Uma avaliação da programação que teria três instâncias: 1) Audiência, que poderia ser qualitativa, através de convênios com universidades. 2) Outra, a dos funcionários, com entrevistas e reconhecimento de posições de quem produz a programação. 3) Terceira, a análise específica da própria programação.

O presidente do Conselho, Daniel Herz disse que no desdobramento do debate desta reunião anotou os seguintes pontos: 1) Constatação do problema decorrente das limitações da incidência do Conselho na programação, decorrente da falta de um projeto. 2) A necessidade de fazer uma análise de correspondência entre as diretrizes emitidas pelo Conselho e a programação que se constituiu de fato comparando-se as expectativas da sociedade que nós representamos e o conteúdo objetivo da programação. 3) A necessidade de um conceito de emissora pública. 4) Aferição de audiência. 5) Avaliação das potencialidades dos meios que possuímos

hoje. 6) Identificação de um telejornalismo, excessivamente oficial e que talvez na corresponda a um jornalismo sinalizado nas Diretrizes do Conselho.

A mesma situação é encontrada na reunião de número 66, na categoria *fragmentação*, através da estratégia da *diferenciação*, quando a Diretoria da emissora não cumpre as Diretrizes de Programação criadas pelo Conselho Deliberativo, estimulando, com este comportamento, o surgimento de grupos dentro do Conselho e usando isto para a manutenção das relações de dominação estabelecidas no início.

Na ata da reunião de número 71, de 14 de janeiro de 2002, duas pautas dominaram os debates: a falta de um projeto de programação da televisão e o oficialismo do jornal da TVE. Os conselheiros chegaram a levantar a possibilidade de pedir a demissão do presidente da Fundação pelo descumprimento estatutário de não apresentar o Projeto de Programação. Uma dúvida foi levantada durante as manifestações: ou a Direção Executiva estava simplesmente desrespeitando o Conselho ou não apresentava o Projeto de Programação da TVE por não saber fazer? Com esta dúvida, voltou a se reiterar o pedido do Projeto e não a demissão do Presidente da Fundação, embora já se completassem três anos dos quatro de gestão da direção, de inadimplência de tal obrigação.

Os conselheiros também levantaram o comportamento do Jornal na TVE e o caracterizaram como extremamente oficialista. Citaram a cobertura da CPI da Segurança, quando, no primeiro bloco do jornal, de dez minutos, falaram exclusivamente o Governador e, outros membros do Governo do Estado e, depois do intervalo, foram registradas apenas as posições favoráveis ao Governo, portanto 30 minutos sem contraditório. O fato se tornou mais grave tendo em vista que, após o jornal local, entrou o jornal nacional da TVE, produzido em São Paulo, com todas as posições favoráveis e contra a CPI da Segurança. Isso evidenciou com clareza o caráter ideológico, influenciando na linha editorial do jornal local.

Utilizando esta divisão, o Governo, através da Direção da TVE-RS, mais uma vez, na reunião de número 71, com a categoria *dissimulação*, através da estratégia da *metáfora*, deixa dúvida entre os conselheiros divididos se a falta de um projeto de programação é por não aceitar a participação do conselho na linha de

programação da emissora ou porque não sabiam fazer, através da estratégia da *metonímia*. Também na mesma reunião a denúncia de censura do Governo para com um adversário, foi tratada através da estratégia da *eufemização*, com a alegação de que o corte na fala do opositor foi por razões técnicas.

Na ata da reunião de número 73, de 11 de março de 2002, ficou deliberado pelo Conselho a criação de um programa de televisão, de 30 minutos, com periodicidade semanal, do próprio Conselho, destinado a tratar das relações com a sociedade, dos assuntos que são debatidos pelo Conselho, das respostas e demandas dos cidadãos e também voltado ao registro de contribuições de personalidades e especialistas em temas relevantes para a atuação do Conselho e das emissoras da Fundação Piratini. A proposta foi considerada pelos próprios conselheiros como vanguardista e sem similar no país. Tal projeto nunca se efetivou, pois a Direção Executiva, que é indicada pelo Governo, embora formalmente nunca tenha se posicionado contrária a idéia, também não fez absolutamente nada para que se concretizasse. Outro ponto de pauta desta reunião foi a denúncia de censura na TVE, durante a cobertura do 2º Fórum Social Mundial, feita pela coordenadora de comunicação social da Prefeitura de Porto Alegre e do Sindicato dos Jornalistas do Rio Grande do Sul. Segundo as correspondências da Prefeitura e do Sindicato, na transmissão ao vivo do Fórum, a emissora saiu do ar no momento da fala do Prefeito Tarso Genro.

A Direção da TVE alegou problemas técnicos, mas o Sindicato disse que havia fortes indícios de censura conforme fora apurado entre os funcionários e a empresa terceirizada para este trabalho. Tanto o Prefeito Tarso Genro como o Governador do Estado Olívio Dutra, os dois do mesmo partido (PT), estavam numa disputa acirrada pela indicação nas prévias, para ser o candidato ao Governo do Estado, indicado pelo partido. Os conselheiros consideraram grave a denúncia e a casualidade de um erro técnico causar um erro editorial. Foi criada no Conselho uma Comissão de Averiguação dos fatos, já que sendo verdadeiras as denúncias, o artigo 9º do Estatuto da Fundação, que diz “a Fundação não poderá ser utilizada para fins políticos partidários”, estaria sendo violado. Por falta de elementos, tal comissão deu o caso por encerrado.

Na ata da reunião de número 100, de 12 de julho de 2004, foi registrada a ocorrência de agressões verbais e até físicas de cargos de confiança do setor de telejornalismo da TVE contra funcionários do quadro permanente da Fundação. Os conselheiros também diagnosticaram que, como a Direção Executiva é indicada com base em critérios políticos e partidários, não há sintonia entre os seus membros, causando uma situação de desmando na Fundação.

Levantou-se a necessidade de avançar na construção de uma televisão pública, sendo a primeira medida solicitar à Assembléia Legislativa a alteração da legislação que dá prerrogativas ao Governador na indicação da Direção Executiva e passar esta tarefa para a sociedade, através do Conselho Deliberativo da Fundação. Mais uma vez houve reclamações de conselheiros sobre a participação de convidados identificados com o partido do atual Governo (PMDB). E, como último ponto, a manifestação do conselheiro que representa os funcionários da Fundação dizendo que os mesmos não sabem qual a função do Conselho, pois os problemas se repetem e aumentam e não há solução.

Ainda sobre a interferência do Governo na programação, na reunião de número 100, foi constatada a categoria *fragmentação*, através do *expurgo do outro*, quando o Conselho descobre que, na verdade, não possui instrumentos para interferir nas decisões do Governo e mesmo com grupos diferenciados, procura se mobilizar e achar formas de encaminhar um projeto de lei que tire do Governador o poder de indicação da Direção.

Na ata da reunião de número 103, de 18 de outubro de 2004, foi verificada uma recorrência a temas já debatidos pelo Conselho, como a denúncia de funcionários preteridos por cargos de confiança no exercício das suas funções; a parcialidade governamental do Jornal da TVE, rebatido pela Direção da emissora que diz ser imparcial; e, a protelação de um estudo que viabilize um programa do Conselho Deliberativo.

Na ata da reunião de número 116, de 26 de setembro de 2005, o Presidente da Fundação levou ao Conselho a proposta de um convênio para exibição de dois programas independentes, que teriam a supervisão editorial e sem custos para a emissora. Os programas teriam patrocínio próprio. A partir desta demanda, o

conselho passou a debater duas questões: o percentual de programas independentes que a emissora deveria adotar e também sobre a exibição de patrocínios ou apoio cultural, pois há restrições legais sobre a exibição de propaganda nas emissoras educativas.

Sobre a exibição de programas ficou estabelecido que deveria haver um programa piloto para que o Conselho tivesse condições de avaliar se está dentro das Diretrizes de Programação da Fundação. A respeito de patrocínio ou apoio cultural, ainda há que se ter um parecer do departamento jurídico da emissora e um estudo junto a TV Cultura de São Paulo, que vem exibindo propaganda na sua programação. Também outro ponto importante e discutível é que qualquer verba ou recurso arrecadado pela Fundação não vem direto para a emissora, mas para o caixa único do Estado e acaba não sendo repassado para a emissora resolver as suas necessidades.

Portanto, todos estes pontos necessitam estar resolvidos previamente para somente depois ter uma posição definitiva do Conselho. Outra questão importante que foi tratada nesta reunião foi a reavaliação do currículo do Diretor da Rádio FM Cultura, tendo em vista os problemas que vem ocorrendo na programação e na relação do Diretor com os funcionários. Ficou deliberado que o presidente do Conselho irá encaminhar ao Diretor as ponderações e avaliação dos conselheiros sobre o seu comportamento e aguarda a sua defesa e justificativa pelos seus atos.

Na reunião de número 103, os temas foram recorrentes e a Direção da emissora, mais uma vez, procurou descaracterizar as reclamações, sendo possível detectar a categoria *dissimulação*, através da estratégia do *deslocamento*. A tentativa da Direção da TVE-RS buscar a aprovação do Conselho para dois programas independentes com patrocínio ficou demonstrado na reunião 116, a categoria *reificação*; através da estratégia da *naturalização* ao encaminhar uma pauta de forma natural, sendo ela uma situação transitória. Também nesta mesma reunião se evidenciou a estratégia *nominalização*, pois o conselho focou a sua disputa no nome do Diretor da Rádio FM Cultura, que também faz parte da mesma Fundação da TVE-RS, para sustentar a disputa com o Governo.

Na ata da reunião de número 117, de 10 de outubro de 2005, foi registrado que o Presidente da Fundação entregou ao Conselho uma avaliação detalhada da grade de programação da emissora. Na seqüência, entrou em pauta a proposta de alteração estatutária da Fundação e a necessidade legal de que fosse encaminhada a Assembléia Legislativa, pois está amparada em Lei Estadual.

O Presidente do Conselho disse que é necessário um estudo profundo e uma disponibilidade dos conselheiros para esta tarefa, além de uma avaliação do período mais adequado de encaminhamento do projeto de lei para o legislativo, já que este período do ano é inadequado, segundo a sua avaliação, por ser um período pré-eleitoral. O ponto de pauta seguinte foi a resposta do Diretor da Rádio FM Cultura a correspondência encaminhada pelo Conselho, para que justificasse a crise da emissora, diante de suas atitudes.

O Diretor desconheceu a interpelação e a legitimidade do Conselho. Com esta atitude, o Conselho, por unanimidade, solicitou ao Presidente da Fundação a saída do Diretor. A proposta foi encaminhada pelo Presidente da Fundação ao Governador, que não tomou nenhuma atitude, mantendo o Diretor no cargo. Diante destes fatos, o Presidente do Conselho diagnosticou que o Conselho Deliberativo, na verdade, por falta de instrumento legal, daí a necessidade da alteração estatutária, pois funciona como se fosse um “conselho consultivo”, sem nenhum poder de deliberação.

Finalmente, na reunião de número 117, o Conselho Deliberativo estabelece o confronto com o Governo ao pedir a demissão do Diretor da Rádio FM Cultura, que foi ignorada pelo Governador, sendo possível encontrar a categoria *fragmentação*, através da estratégia do *expurgo do outro*, transformando a situação real em um desafio real para o Governo.

4.3.2 Descrição e Análise do Questionário

O questionário constava de quatorze questões que foram respondidas apresentando o seguinte diagnóstico:

A primeira perguntava se o entrevistado considerava a TVE uma emissora pública ou estatal? Dos nove entrevistados apenas um reconhecia na TVE uma emissora pública, seis responderam que era estatal e dois disseram que não era nem pública e nem estatal, mas não especificaram em que modelo a televisão se enquadrava. Portanto 11,1% dos entrevistados considera pública, 66,7% estatal e 22,2% não reconhece a TVE nem como pública e nem como estatal.

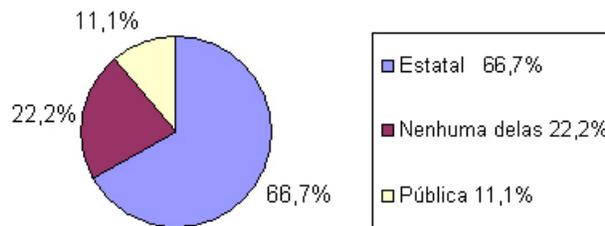


Figura 1 - TVE Emissora pública ou estatal

Com os dados coletados através do questionário aberto, qualitativo, aplicado aos membros do Conselho Deliberativo, é possível realizar a *análise formal ou discursiva* como uma das etapas do *desenvolvimento metodológico do enfoque tríplice*. E em particular para este estudo, a *análise argumentativa* é a mais adequada.

Para fazer a análise de conteúdo das respostas dos conselheiros, serão identificadas as operações ideológicas destacadas por Thompson (1995): *legitimação, dissimulação, unificação, fragmentação e reificação*.

Os conselheiros, que através das diretrizes da programação da TVE-RS, definem a linha editorial dos programas, portanto a construção das mensagens veiculadas pela emissora, responderam a primeira questão de forma *fragmentada* já que 11,1% entende que a emissora é pública, 66,7% estatal e 22,2% não a reconhece em nenhuma das duas condições.

A segunda questão perguntava: Por que? Defina a Diferença. Seis entrevistados, disseram que a TVE é estatal porque é sustentada e gerida pelo Estado, um respondeu que é pública porque as decisões são tomadas pelo Conselho Deliberativo e que portanto a sociedade participa da administração e dois

disseram que é uma televisão governamental, pois está a serviço do governo de plantão. Portanto, 66,7% justificaram a visão estatal, 11,1% a pública e 22,2% que na pergunta anterior disse que não era nem pública e nem estatal, explicitaram a visão de que a TVE é uma emissora governamental.

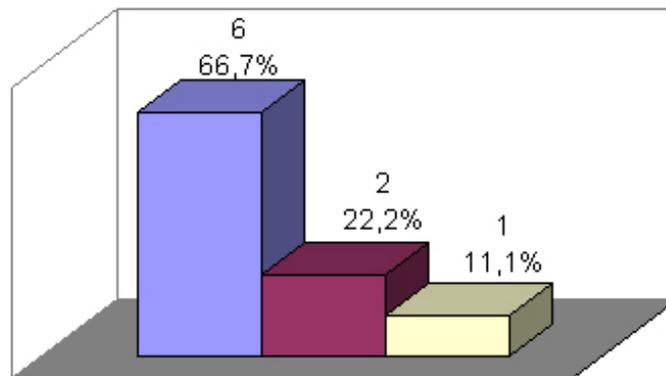


Figura 2 - Definição da diferença

Na segunda questão evidenciamos a *legitimação*, através da *racionalização*, justificando com os mesmos percentuais a condição da TVE-RS ser vista como pública, estatal e explicitando que o fato de não se enquadrar em nenhuma das duas condições é porque é governamental.

A terceira questão: A programação da TVE é de uma emissora pública? Quatro entrevistados responderão que não, quatro disseram que sim com ressalvas e um não respondeu. Portanto 44,4% entende que a programação da TVE não é de uma emissora pública, 44,4% entende que em linhas gerais sim, mas tem ressalvas e 11,2% não respondeu.

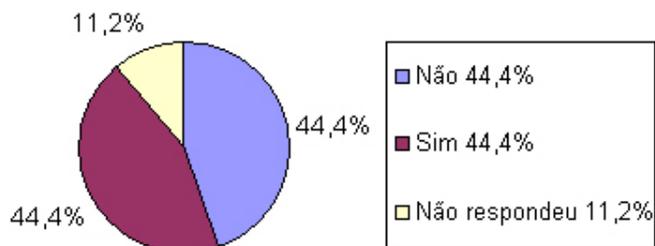


Figura 3 - Programação da TVE é de uma emissora pública

Na terceira questão mais uma vez ficou evidenciado a *fragmentação* dos conselheiros, através da *diferenciação*, destacando as distinções, diferenças e divisões entre pessoas e grupos, já que 44% entende que a programação da TVE-RS não é de emissora pública e 44% acredita que em linhas gerais é pública com ressalvas e 11% se omitiram.

A quarta questão: Quais os programas da TVE no seu entendimento estão dentro dos conceitos de uma TV Pública? Um entrevistado respondeu que apenas os programas infantis, outro apontou os programas que tratam de saúde e educação, dois indicaram cinco programas em diversas áreas, um seis programas e apenas um tem o entendimento de que toda a programação é pública. Três entrevistados não responderam. Receberam duas indicações os programas Consumidor em Pauta, Telejornalismo, Cidadania e Estação Cultura. Com apenas uma citação, Palcos da Vida, Sonora Tribo, Viver Bem, Galpão Nativo, Programa Infantil, TVE Repórter, Hip Hop Sul, Paralelo 30, Radar e Telecine.

Quinta questão: Quais os programas da TVE no seu entendimento estão fora dos conceitos de uma TV Pública? Sete entrevistados não responderam e os dois únicos que responderam citaram o Telejornalismo, Hip Hop Sul, Galpão Nativo, Palcos da Vida e Radar.

Nas quarta e quinta questões ficou evidenciado a *dissimulação*, tendo em vista que sete dos nove conselheiros que responderam o questionário terem se omitido nesta resposta, ficando claro que as relações de dominação podem ser estabelecidas e sustentadas pelo fato de serem ocultadas, negadas ou obscurecidas, como foi constatado.

Sexta questão: A direção da TVE sendo escolhida pelo Governo do Estado, desvirtua ou não o princípio de uma emissora pública? Quais os critérios utilizados pelo Governo para escolher? Quatro entrevistados entendem que desvirtua, dois disseram que não e três não responderam. Portanto 44,5% entendem que desvirtua, 22,2% disse que não e 33% não respondeu.

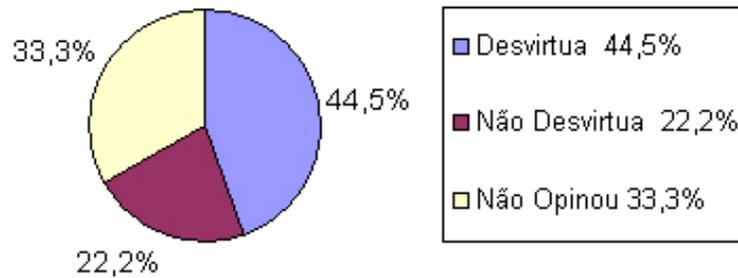


Figura 4 - TVE desvirtua ou não o princípio de uma emissora pública

Sobre os critérios obtivemos as seguintes observações dos que responderam: “São escolhidos os amigos e não profissionais”; “por filiação partidária, ideologia, troca de favores, nepotismo entre outros motivos”; “nas emissoras públicas, a direção deve ser escolhida pela sociedade ou por seus legítimos representantes (Conselho Deliberativo)”; “os critérios de escolha do Governo, são na maioria das vezes, políticos”; “os cargos servem como moeda de troca e os espaços públicos são ocupados por apadrinhados políticos de competência questionável”. “a ocupação destes espaços normalmente feita com cargos de confiança (CCs), deve ser banida do nosso sistema e somente pela via do concurso público deva se dar o acesso aos empregos ou cargos públicos”; “depende muito das pessoas, varia”; “não conheço os critérios, creio que são um misto de indicação política e competência na área, pelo menos deveria ser assim”; “A escolha da Direção pelo Governo do Estado, para mim, não desvirtua o princípio de emissora pública, porque, afinal, o Governo do Estado é o empregador, porém está mais na concepção de gestão e de programação. Além disso, acho que a escolha deveria ter, no mínimo, a participação do Conselho Deliberativo”; “Acredito que o mais importante não é quem indica dos diretores da fundação mas a criação de um sistema onde estes mesmos diretores possam ser depositos quando não atenderem aos quesitos de uma programação voltada para o interesse público. Normalmente o critério atual do governo para definição de diretores é político, agora, no momento que tivermos um sistema onde estes diretores poderão vir a ser depositos, o próprio governo será obrigado a fazer uma escolha técnica”; “No meu entendimento, a escolha da direção deveria contar com uma maior participação do Conselho Deliberativo, que deve ser entendido como

órgão de Estado, talvez com a participação de outras estruturas também, como o Conselho de Cultura. Talvez uma composição, com lista tríplice ao governador. Idéias a serem aprofundadas”.

Na sexta questão mais uma vez a *fragmentação* apareceu, pois 44,5% respondeu que o fato da Direção da TVE-RS ser escolhida pelo Governo do Estado desvirtua um dos princípios de uma emissora pública, enquanto 22,2% entende que não e 33% não respondeu. Em relação aos critérios utilizados na escolha verificamos a dissimulação, através da *eufemização*, onde ações, instituições ou relações sociais são descritas ou redescritas a fim de despertar reconhecimento positivo, mudando o sentido real e quase imperceptível.

Sétima questão: No seu entendimento como deve ser a sustentação (financeira) de uma TV Pública? Três responderam que deve ser apenas com recursos públicos, três entendem que devem ser públicos e privados, dois apenas privados e um não respondeu. Portanto 22,2% optou por recursos públicos, 33,4% públicos e privados, 22,2% privados e 11,1% não respondeu.

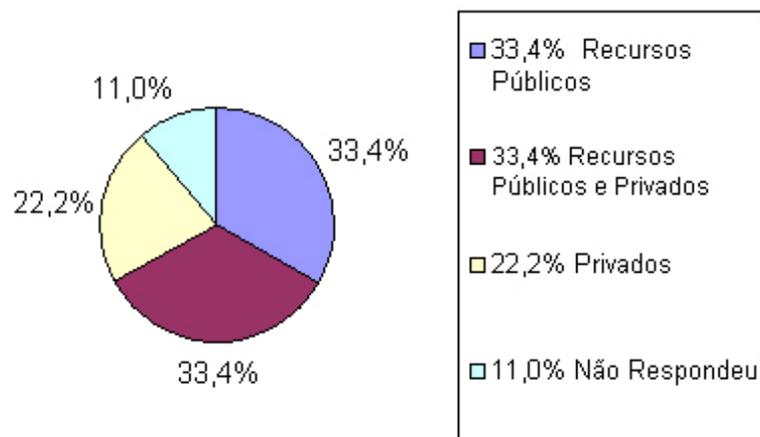


Figura 5 - Como deve ser a sustentação financeira de uma emissora pública

Na sétima questão, mais uma vez, foi verificada a *fragmentação*, pois se apóia na segmentação de indivíduos ou grupos, o que foi constatado com os dados apurados: 22,2% entende que a sustentação de uma emissora pública deve ser com

recursos públicos, 33,4% públicos e privados, 22,2% apenas privados e 11,1% não respondeu.

Oitava questão: Você é a favor ou contra a publicidade em uma TV Pública? Oito dos nove entrevistados responderam que são a favor, apenas um não respondeu. Portanto 88,9% é favorável a publicidade e 11,1% não respondeu.

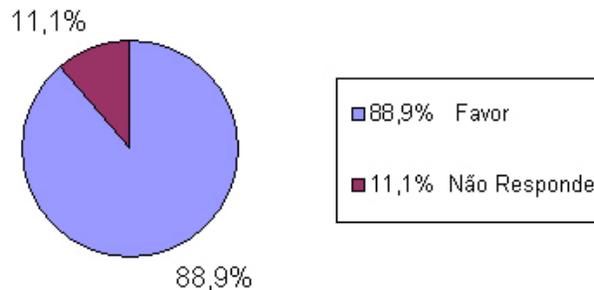


Figura 6 - A favor ou contra a publicidade em uma TV pública

Na oitava questão, foi notada a *unificação* dos conselheiros, já que 88,9% demonstrou ser favorável a publicidade numa televisão pública, 11,1% não respondeu. Com estes percentuais, fica demonstrado que esta é uma unidade que interliga os indivíduos numa identidade coletiva, independente das diferenças e separações que possam separá-los.

Nona questão: Por que? Os oito que se disseram favoráveis à publicidade em uma televisão pública, alegaram que seria uma forma de buscar recursos diante das dificuldades financeiras do Estado, mas que deve haver critérios definidos para o tipo de publicidade que pode ser veiculado em uma emissora pública.

Na nona questão a *reificação* se destacou aos conselheiros justificarem o uso da publicidade, num comportamento evidente, de que a situação precária das finanças do Estado é algo natural e atemporal, retratada como se fosse uma condição histórica, através da estratégia da *naturalização*.

Décima questão: A TVE deve ter programas produzidos por produtores independentes? Sete entrevistados disseram que sim, um respondeu não e um não respondeu. Portanto, 77,8% é favorável, 11,1% é contrário e 11,1% não opinou.

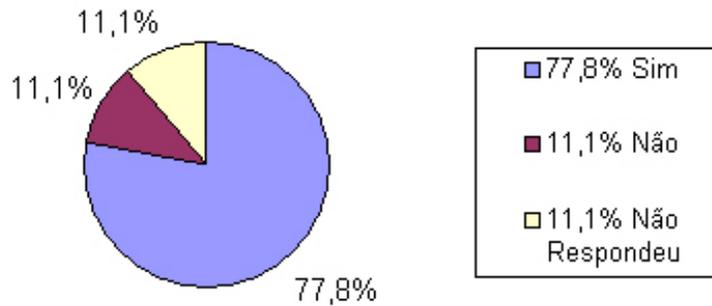


Figura 7 - A TVE deve ter programas produzidos por produtores independentes

Na décima questão foi notada a *legitimação*, através da *simbolização da unidade*, em circunstâncias particulares, para estabelecer e sustentar relações de dominação, como na situação da TVE-RS ter programas produzidos por produtores independentes, com 77,8% de aprovação e 11,1% de não aprovação, o mesmo índice para omissão na resposta.

Décima primeira questão: Em caso favorável, qual deveria ser o percentual da programação, em quantas horas e percentual de programas independentes? Quatro entrevistados responderam que do total da programação deveria se ter 30% de programas independentes, cinco não responderam.

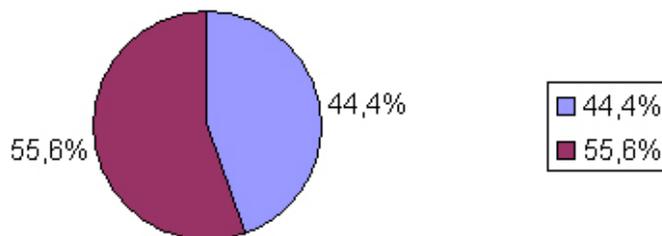


Figura 8 - Percentual de programação, quantas horas, programas independentes

Na décima primeira questão, a *dissimulação* foi verificada, primeiramente pela ocultação de resposta sobre o percentual de programação na grade da

emissora e o deslocamento constatado no percentual de 30% apresentado por quatro dos nove entrevistados.

Décima segunda questão: Que emissora que você conhece e indicaria como exemplo de TV Pública? Apenas quatro entrevistados responderam e indicaram as seguintes emissoras: Wnet Channel 13 PBS – New Jersey, BBC, Deutsche Welle e TV Cultura de São Paulo.

Na décima segunda questão, a *legitimação* foi reafirmada por quatro dos nove entrevistados ao apontarem quatro emissoras públicas que poderiam servir de exemplo para TVE-RS se construir, baseadas nos fundamentos tradicionais que fazem apelo a sacralidade das tradições imemoriais.

Décima terceira questão: Na sua concepção qual a principal característica desta emissora que faz você tê-la como exemplo de TV Pública? Apenas os quatro entrevistados que disseram conhecer alguma televisão pública fizeram comentários: “A natureza da programação, a versatilidade e a criatividade marcaram-lhe a identidade e a capacidade de inovação”; “A WNET é uma fundação privada sem fins lucrativos, que opera com recursos de fundos nacionais, internacionais, doações de empresas, entidades e pessoas. Tem qualidade e está afinada com a modernidade, fazendo convênios de exibição com emissoras de grande qualidade, de diversos países. Tudo isto reverte em benefício para o público”; “Se não me equívoco, as pessoas pagam para assistir a BBC. A programação e os critérios jornalísticos, pelo que conheço, estão mais para TV Pública”; sobre a TV Cultura de São Paulo “Sua programação e a forma como é dirigida pelo Conselho Deliberativo daquela fundação. Esta emissora está bem presente e visível dentro da comunidade, mantém *links* de comunicação direta com o seu público (site interativo, ouvidoria, publicações informativas da programação, etc) e tem enfrentado com criatividade os cortes de investimentos e custeios que nos últimos anos sofreram contingenciamento de parte dos governos”.

Na décima terceira questão, os mesmos quatro conselheiros, justificaram através da *racionalidade*, legitimando as relações de dominação expressas numa emissora estatal que dissimula a sua imagem ao se autodenominar de televisão pública.

Décima Quarta questão: Em termos gerais a programação da TVE está mais de acordo com uma TV Pública ou estatal? Quatro entrevistados responderam pública, três estatal, uma mista e um não respondeu. Portanto 44,5% diz pública, 33,4% estatal, 11,1% acha que é modelo híbrido e 11,1% não opinou.

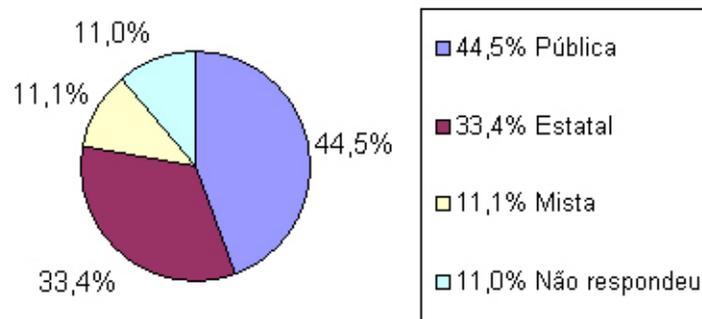


Figura 9 - Programação da TVE está mais de acordo com uma TV Pública ou estatal

Na décima quarta questão, ficou claro a *fragmentação*, através da *diferenciação*, mais uma vez evidenciando as distinções, diferenças e divisões entre pessoas e grupos, dando ênfase aos fatores que os desunem e impedem que se constituam um perigo eminente as relações estabelecidas. 44,5% respondeu que a programação da TVE-RS está de acordo com uma emissora pública, 33,4% acredita que é estatal, 11,1% entende que é um modelo híbrido e o mesmo percentual não opinou.

4.4 TRATAMENTO DOS RESULTADOS: INTERPRETAÇÃO/REINTERPRETAÇÃO

Conforme foi visto anteriormente, este, que é o último campo da aplicação da Hermenêutica de Profundidade, é construída a partir da análise do discurso e também sócio-histórica, mas tem um caráter transcendente. É possível projetar um significado, que pode divergir daquele construído pelos sujeitos que fazem parte do mundo histórico, gerando conflito.

Desta forma, é possível dizer que o conteúdo da análise sócio-histórica, da pesquisa de recepção, do questionário aplicado nos conselheiros da TVE-RS e da análise das atas do Conselho Deliberativo, estão em pleno acordo com as situações *espaço-temporais, com as estruturas sociais, campos de interação e instituições sociais*, anteriormente descritas.

Na pesquisa de recepção verificamos que seis características estão contempladas: 1) *espaciais e temporais*; 2) *assimetrias e diferenças sistemáticas*; 3) *natureza e a significância das atividades de recepção*; 4) *significado das mensagens*; 5) *elaboração discursiva das mensagens comunicativas; interação e quase-interação*. Os dados indicam que a TVE-RS é uma emissora desinteressante e abaixo do ideal em vários quesitos, destaque para o informativo com 56,7%, por ser um dos principais numa televisão pública. O diagnóstico destaca ainda um círculo negativo da emissora na elaboração discursiva das mensagens comunicativas. Todos estes elementos mostraram que a emissora precisa ser reconhecida internamente como uma televisão pública para então ter capacidade de construir mensagens que lhe dêem reconhecimento externo e que possa ser vista diferente das emissoras comerciais, pelos conteúdos da programação e não pelas deficiências apontadas pela pesquisa de recepção. Também a pesquisa aponta que o mercado será receptivo e investirá em apoio cultural a partir da percepção de que a TVE-RS agrega valores próprios de uma televisão pública, pois, caso contrário, seu foco vai permanecer nas emissoras comerciais, não havendo razões para investir numa emissora com características de estatal/governamental. A pesquisa de recepção detectou no modo de operar a ideologia, a categoria *legitimação*, através da estratégia da *racionalização*, pois a programação da TVE-RS transmite aos telespectadores a imagem de uma emissora estatal e governamental, embora o governo tente legitimá-la como uma televisão pública.

Através da análise dos dados coletados na entrevista aberta com os conselheiros, que definem a linha editorial da televisão, na sua grande maioria, entende que a TVE-RS é uma emissora estatal/governamental, confirmando o que fora constatado na análise das atas.

Na questão da programação surge a *fragmentação* do conselho através da *diferenciação*, mostrando claramente a existência de divisão de grupos com visões diferentes.

Quando os conselheiros são questionados sobre quais os programas da TVE-RS são próprios de uma televisão pública e quais não são, as respostas denotam a *dissimulação* através da ocultação das suas opiniões.

Sobre a Direção da TVE-RS ser escolhida pelo Governo, a maioria entende que não é próprio de uma emissora pública, embora, de forma *fragmentada*, entretanto quando se aborda os critérios para esta escolha, as respostas se caracterizam pela operação ideológica da dissimulação através da *eufemização*, mudando o sentido real e quase imperceptível da ação.

Na sustentação de uma emissora pública se verifica, mais uma vez, a *fragmentação*, evidenciando a presença de grupos no interior do conselho.

Embora as diferenças de grupos, notou-se a *unificação*, apenas no item publicidade, à qual, mais uma vez, a maioria se mostrou favorável, e a *reificação* na hora de justificar este procedimento através da estratégia da *naturalização*, na qual a crise financeira do Estado é retratada como condição histórica.

Quanto à emissora ter programas independentes, a maioria se mostrou favorável, destacando a *legitimação* através da *simbolização* da unidade, contrastando com a dissimulação verificada através da ocultação da resposta na definição do percentual deste tipo de programação na emissora.

Na indicação de três emissoras estrangeiras e uma nacional, como modelos de emissoras públicas, aparece a *legitimação*, baseada nos fundamentos tradicionais que fazem apelo à sacralidade das tradições imemoriais e justificaram através da *racionalidade*, legitimando as relações de dominação expressas numa televisão estatal.

Mais uma vez, no quesito programação surge a *fragmentação*, evidenciando a presença de grupos no Conselho Deliberativo, que acabam impedindo que o próprio conselho se torne um perigo para as relações estabelecidas.

A *fragmentação*, foi o modo de operação ideológica mais encontrado no questionário aberto, através da *diferenciação*, mostrando a presença de grupos no conselho, que apenas legitimam as relações de dominação, presentes numa emissora estatal que dissimula a sua real imagem ao se autodenominar de televisão pública. A segunda operação que mais apareceu foi a *legitimação*, através da estratégia da *racionalização*, na qual a construção simbólica é realizada para defender ou justificar um conjunto de relações ou instituições sociais e, com isso, o Governo convence a sociedade que a TVE-RS, mesmo estatal ou governamental, autodenominando-se de televisão pública, é digna de apoio.

Na análise das atas do Conselho Deliberativo é possível verificar que a *dissimulação* foi a forma de operar que mais apareceu através da estratégia da *metáfora*, seguido da *fragmentação*, através da estratégia de *expurgo do outro*, como ocorreu na análise do questionário aberto. Foi o modo que também se destacou na operação ideológica.

É interessante ressaltar que estas operações ideológicas são subliminares , já que ocorrem de forma inesperada, como na pesquisa de recepção.

A fragmentação foi o modo de operação ideológico mais encontrado nas respostas dos conselheiros ao questionário aberto e na análise das atas de reuniões do Conselho Deliberativo, seguido da dissimulação. Assim, o Governo, através da divisão de grupos, sustenta e mantém as relações de dominação, da mesma forma que a dissimulação, através das suas várias estratégias, desvia o foco das suas ações de interferência para também alcançar os mesmos objetivos.

Deste modo, as categorias escolhidas para a análise, interpretação e reinterpretação foram confirmadas durante o trabalho e se mostraram pertinentes para o estudo amparado na Hermenêutica de Profundidade (THOMPSON, 1995).

Para Thompson, as construções de formas simbólicas complexas apresentam uma estrutura articulada. São resultado de ações que estão ancoradas em regras, recursos disponíveis aos telespectadores e a sociedade civil, mas elas também expressam algo, tem por objetivo dizer alguma coisa, são também pré-interpretadas.

Tanto na análise da pesquisa de recepção, onde os telespectadores tem a visão de que a TVE-RS é uma emissora estatal e governamental, como no questionário aberto, também se verifica que os conselheiros, mesmo divididos em grupos, têm a mesma percepção, comprovada na análise das atas de reuniões do Conselho Deliberativo, que demonstram a interferência do Governo na gestão e na programação da emissora, evitando a participação do Conselho nas decisões, ou seja, que os representantes da sociedade tenham algum tipo de ingerência, desta forma retirando um elemento fundamental para que seja reconhecida como uma televisão pública.

Assim os objetivos das pesquisa foram alcançados, pelo menos dentro do recorte do objeto foi possível identificar as estratégias utilizadas pelo Governo, para manter e sustentar as relações de dominação, com um veículo de comunicação estatal e governamental, dissimulando ser uma televisão pública.

Por tudo isso, a hipótese proposta foi confirmada: a TVE-RS, apesar de ter um Conselho Deliberativo, formado pela sociedade civil e amparado em lei estadual, continua sendo uma emissora estatal e governamental, o que compromete a sua programação.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo de caso foi motivado tanto pelas inquietações do dia a dia na condição de servidor da TVE-RS há mais de 20 anos com a discussão crítica sobre o que estávamos fazendo e se este fazer era televisão pública, com inúmeros debates e estudos dos conceitos de teóricos sobre o tema. Também neste mesmo sentido a participação desde o início no Conselho Deliberativo da Emissora, primeiramente na condição de representante dos funcionários e depois como dirigente sindical, na expectativa de que este órgão por si só fosse resolvesse todos os problemas encobertos por um véu que somente através do rigor acadêmico e da pesquisa científica poderiam ficar transparentes.

Para iniciar esta tarefa se fez necessário voltar mais de cinqüenta anos no tempo e procurar resgatar o desenvolvimento social da televisão no Brasil, uma análise sócio-histórica considerando a conjuntura política e econômica deste período. Constatamos que a televisão brasileira nasceu privada e por inspiração de um visionário que teve a coragem de implantar este veículo no país, apelando para a improvisação, já que não houve nenhum tipo de preparo para a sua operação.

O Governo desde o início não desenvolveu nenhum tipo de política de comunicação, embora seja pública a concessão de canais, a fiscalização e o controle dos meios. A realidade é que este serviço público foi privatizado e a regulação ficou por conta do próprio mercado. Diante deste quadro, com o avanço da tecnologia e da globalização, a sociedade passou a se preocupar com temas que durante longos anos ficou fora da agenda nacional, como qualidade dos conteúdos, democratização da comunicação e importância da televisão pública, como forma de equilibrar o poderio da televisão privada, oligopolista e que não contempla as minorias e excluídos.

As TVEs criadas inicialmente para atender um programa de ensino nacional, acabou fracassando na sua origem e começou a se encaminhar e se auto-denominar de televisão pública, com o objetivo de contrabalançar o atual quadro no país. Entretanto algumas questões de fundo não foram resolvidas como a

sustentação financeira destas emissoras, a programação ainda não chega a atender as demandas dos vários segmentos da sociedade e dos atores sociais excluídos da mídia e a gestão continua sendo do Governo, que acaba usando o veículo como instrumento político e ideológico para atender interesses partidários.

O fato da TVE-RS ter um Conselho Deliberativo e desde a sua implantação se denominar de pública, nos motivou a fazer um recorte num contexto mais amplo das TVEs do país e procurar fazer este estudo, tendo como referencial teórico a Hermenêutica da Profundidade de John B. Thompson, através das análises sócioistóricas, formal ou discursiva, para uma interpretação/reinterpretação dos resultados colhidos através de dez atas do Conselho Deliberativo e do questionário aplicado nos Conselheiros.

Apuramos na análise sócio-histórica que o desenvolvimento da televisão está em pleno acordo com as situações espaço-temporais, estruturas sociais, campos de interação e instituições sociais. Na análise das atas do Conselho Deliberativo a categoria dissimulação foi a que mais apareceu, através da estratégia da metáfora, seguida da fragmentação, através do expurgo do outro. Ficou evidenciado a interferência do Governo diretamente no Conselho e na Emissora, o uso da TVE-RS com interesses políticos e partidários na sua programação e a falta de instrumentos legais para que o Conselho tenha autonomia nas decisões que envolvem a gestão da TV, além da falta de recursos públicos para a realização de uma programação de qualidade e inovação tecnológica.

A análise do questionário respondido pelos conselheiros reforçou o que apareceu nas atas, ou seja a TVE-RS como emissora estatal, que a sua programação não é de uma emissora pública, que o fato da direção da TV ser escolhida pelo Governo desvirtua o princípio de televisão pública, a sustentação da emissora deve deixar de ser uma dependência do Governo e intensificar o apoio cultural como forma de autonomia, abrir a programação para a produção independente como saída para atender a pluralidade e redução de custos.

Com a apuração e tratamento dos dados consideramos que a TVE-RS embora se autodenomine como uma televisão pública, opera institucionalmente

como estatal com desvios constantes política e ideologicamente como Governamental.

A questão da programação e a presença de todos os atores sociais na televisão pública são questões importantes para futuras pesquisas, pois este trabalho não teria como dar conta diante do recorte feito na TVE-RS e o seu Conselho Deliberativo.

REFERÊNCIAS

1. Livros

ALMEIDA, Mauro. **A comunicação de massa no Brasil**. Belo Horizonte: Júpiter, 1971.

ALVES, Maria Helena Moreira. **Estado e Oposição no Brasil (1964-1984)**. Petrópolis: Vozes, 1984.

BARBERO, Jesús Martin. **Dos meios às mediações – Comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.

BARBOSA FILHO, André; CASTRO, Cosette; TOME, Takashi (Orgs.). **Mídias digitais: convergência tecnológica e inclusão social**. São Paulo: Paulinas, 2005.

BARROS FILHO, Clóvis; MARTINO, Luís Mauro Sá Martino. **O habitus na comunicação**. São Paulo: Paulus, 2003.

BASTOS, Laura. **A criança diante da TV – Um desafio para os pais**. Petrópolis: Vozes, 1988.

BAUDRILLARD, Jean. **Tela Total: mito-ironias do virtual e da imagem**. Porto Alegre: Sulina, 2002.

BEZERRA, Wagner. **Manual do telespectador insatisfeito**. São Paulo: Summus, 1999.

BIELSCHOWSKY, Ricardo. **Pensamento econômico brasileiro: o ciclo ideológico do desenvolvimentismo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2004.

BINS, Milton. **Curso de Sociologia**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 1985.

BIZ, Osvaldo. **Sessenta e quatro para não esquecer**. Porto Alegre: Literalis, 2004.

BOLAÑO, César Ricardo Siqueira; BRITTOS, Valério Cruz (Orgs.). **Rede Globo 40 anos de poder e hegemonia**. São Paulo: Paulus, 2005.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Zahar, 1997.

BRITTOS, Valério Cruz. **Recepção e TV a cabo; a força da cultura local**. São Leopoldo: UNISINOS, 2000.

BRITTOS, Valério Cruz; BOLAÑO, César (Orgs.). **Comunicação, informação e espaço público: exclusão no mundo globalizado**. Rio de Janeiro: Papel & Virtual, 2002.

BRITTOS, Valério, JAMBEIRO, Othon; BOLAÑO, César (Orgs.). **Comunicação, informação e cultura: dinâmicas globais e estruturas de poder**. Salvador: UFBA, 2004.

BUCCI, Eugênio (Org.). **A TV aos 50: criticando a televisão brasileira no seu cinquentenário**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2000.

_____. **Do B: Crônicas críticas para o Caderno B do Jornal do Brasil**. Rio de Janeiro: Record, 2003.

BUCCI, Eugênio; KEHL, Maria Rita. **Videologias: ensaios sobre televisão**. São Paulo: Boitempo, 2004.

CAPARELLI, Sérgio. **Televisão e capitalismo no Brasil**. Porto Alegre: L&PM, 1982.

_____. **Comunicação de massa sem massa**. São Paulo: Summus, 1986.

CARMONA, Beth (Org.). **O desafio da TV pública: uma reflexão sobre sustentabilidade e qualidade**. Rio de Janeiro: TVE Rede Brasil, 2003.

CARVALHO, Elizabeth; KEHL, Maria Rita; RIBEIRO, Santuza Naves. **Anos 70 – Televisão**. Rio de Janeiro: Europa, 1979.

CHIZZOTTI, Antônio. **Pesquisa em ciências humanas e sociais**. São Paulo: Cortez, 2001.

COHN, Gabriel. **Sociologia da comunicação: teoria e ideologia**. São Paulo: Pioneira, 1973.

CONTI, Mário Sérgio. **Notícias do Planalto: a imprensa e Fernando Collor**. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.

CURRAN, James, Jean Seaton. **Imprensa, Rádio e Televisão: poder sem responsabilidade**. Lisboa: Instituto Piaget, 2001.

DANIEL FILHO. **O circo eletrônico: fazendo TV no Brasil**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

DUARTE, Elizabeth Bastos. **Televisão: ensaios metodológicos**. Porto Alegre: Sulina, 2004.

DUNHAM, Franklin; LOWDERMILK, Ronaldo R.; BRODERICK, Gertrude G. **Televisão Educativa**. Recife: UFP, 1965.

ECO, Humberto. **Como se faz uma tese**. São Paulo: Perspectiva, 2000.

FERREIRA, Delson. **Manual de Sociologia – Dos clássicos à sociedade da informação**. São Paulo: Atlas, 2001.

FORESTI, Joadir Antônio. **A complexidade da teleducação no Canal Futura**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2001.

FROTA NETO, Antônio. **Comunicação no poder e TV comunitária**. Porto Alegre: Rigel, 1993.

FUNDAÇÃO, Cultural Piratini – Rádio e Televisão. **No ar um projeto em construção**: uma contribuição à memória TVE e FM Cultura. Porto Alegre: Fundação Cultural Piratini – Rádio e Televisão, 2002.

GASTAL, Rita. **TV a Cabo**: origem, tecnologia e evolução no Brasil. Pelotas: EDUCAT, 1995.

GONTIJO, Silvana. **O livro de ouro da comunicação**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2004.

GORDON, George N. **Televisão Educativa**. Rio de Janeiro: Bloch, 1967.

GUARESCHI, Pedrinho A. **Comunicação e Poder**. Petrópolis: Vozes, 1981.

_____. **Uma nova comunicação é possível – mídia, ética e política**. Porto Alegre: Evangraf, 2002.

GUARESCHI, Pedrinho A.; BIZ, Osvaldo. **Mídia, educação e cidadania**. Petrópolis: Vozes, 2005a.

_____. **Mídia e Democracia**. Porto Alegre: Evangraf, 2005.

HERZ, Daniel. **A história secreta da Rede Globo**. Porto Alegre: Ortiz, 1991.

JOST, François. **Seis lições sobre televisão**. Porto Alegre: Sulina, 2004.

KILPP, Suzana. **Mundos televisivos**. Porto Alegre: Armazém Digital, 2005.

QUEIROZ, Adolpho. **TV de papel**: a imprensa como instrumento de legitimação da televisão. Piracicaba: UNIMEP, 1992.

LEAL FILHO, Laurindo. **Atrás das Câmeras**: relações entre cultura, estado e televisão. São Paulo: Summus, 1988.

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

LOPES, Felisbela. **O telejornal e o serviço público**. Coimbra: Minerva, 1999.

LOPES, Francisco. **O Desafio da Hiperinflação. Em busca da moeda real**. Rio de Janeiro: Campus, 1989.

LOPES, Maria Immacolata Vassalo. **Pesquisa em comunicação**. São Paulo: Loyola, 2001.

LIMA, Luiz Costa. **Teoria da cultura de massa**. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

LIMA, Venício, A. de, Sérgio Capparelli. **Comunicação e Televisão: desafios da globalização**. São Paulo: Hacker, 2004.

MACHADO, Arlindo. **A arte do vídeo**. São Paulo: Brasiliense, 1990.

_____. **A televisão levada a sério**. São Paulo: SENAC, 2005.

MANTEGA, Guido. **A Economia Política Brasileira**. Petrópolis: Vozes, 1984.

MARTINS, Francisco Menezes (Org.). **A comunicação, o social e o poder: cultura, complexidade e tolerância**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2003.

MATTOS, Sérgio. **História da televisão brasileira: uma visão econômica, social e política**. Petrópolis: Vozes, 2002.

MELO, José Marques de. **As telenovelas da Globo: produção e exportação**. São Paulo: Summus, 1988.

GLOBO, Memória. **Jornal Nacional: a notícia faz história**. Rio de Janeiro: Zahar, 2004.

MOTTA, Luiz Gonzaga (Org.). **Imprensa e poder**. São Paulo: UNB, 2002.

MUYLAERT, Roberto. **Marketing Cultural: comunicação dirigida**. São Paulo: Globo, 1993.

NOVAES, Adauto (Org.). **Rede imaginária. Televisão e democracia**. São Paulo: Companhia das Letras, Sec. Mun. Cultura, 1991.

PEREIRA JÚNIOR, Luiz Costa (Org.). **A vida com a TV: o poder da televisão no cotidiano**. São Paulo: SENAC, 2002

PEREIRA, Luiz Carlos Bresser. **Economia Brasileira – Uma Introdução Crítica**. São Paulo: Brasiliense, 1982.

PERUZZO, Cicilia K.; COGO, Dense; KAPLÚN, Gabriel (Orgs.). **Comunicação e movimentos populares: outras redes?** São Leopoldo: UNISINOS, 2002.

PIGNATARI, Décio. **Signagem da televisão**. São Paulo: Brasiliense, 1984.

PORCELLO, Flávio. **TV Universitária: limites e possibilidades**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2002.

POZENATO, Kenia Maria Menegotto. **Retórica e jornal televisivo**. Caxias do Sul: EDUCS, 1997.

RAMOS, Roberto. **Grã-Finos na Globo – Cultura e Merchandising nas novelas**, Petrópolis: Vozes, 1991

- _____. **Ecoss Revista**. Pelotas: Universidade Católica de Pelotas. EDUCAT, 2005.
- REIS, Sérgio. **Making Off**: histórias bem-humoradas dos primeiros anos do rádio e da TV. Porto Alegre: Arte e Ofícios, 1995.
- RINCÓN, Omar (Org.). **Televisão pública**: do consumidor ao cidadão. São Paulo: Friedrich Ebert Stiftung, 2002.
- RIORDAN, Roett (Org.). **O Brasil na Década de 70**. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.
- RÜDIGER, Francisco. **Comunicação e Teoria Crítica da Sociedade**: Adorno e a escola de Frankfurt. Porto Alegre: EDIPUCRS, 1999.
- _____. **Ciência social crítica e pesquisa em comunicação**: trajetória histórica e elementos de epistemologia. São Leopoldo: Unisinos, 2002.
- RUDIO, Franz Victor. **Introdução ao projeto de pesquisa científica**. Petrópolis: Vozes, 1986.
- SANDRONI, Paulo. **Dicionário de Economia do Século XXI**. Rio de Janeiro: Record, 2005.
- SILVA, Carlos Eduardo Lins da. **Comunicação, hegemonia e contra-informação**. São Paulo: Cortez, 1982.
- _____. **Muito além do jardim botânico**: um estudo sobre a audiência do jornal nacional da Globo entre trabalhadores. São Paulo: Summus, 1995.
- SILVA, Hélio. **1964 Vinte anos de golpe militar**. Porto Alegre: L&PM, 1985.
- SILVA, Luiz Martins da. **Ética na mídia**. Brasília: Casa das Musas, 2003.
- SIMON, Pedro Senador (rel). **Rádio e TV no Brasil**: diagnósticos e perspectivas. Brasília: Senado Federal, 1998.
- SOIFER, Raquel. **A criança e a TV**: uma visão psicanalítica. Porto Alegre: Artes Médicas, 1991.
- THOMPSON, John B. **Ideologia e cultura moderna**: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa. Petrópolis: Vozes, 1995.
- _____. **A mídia e a modernidade**: uma teoria social da mídia. Petrópolis: Vozes, 1998.
- TOUGUINHÓ, Oldemário, Marcus Veras. **As copas que eu vi**. Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 1994.
- VELHO, Otávio C. A.; PALMEIRA, Moacir G. Soares; BERTELLI, Antônio Roberto. **Estruturas de classes e estratificação social**. Rio de Janeiro: Zahar, 1981.
- WOLTON, Dominique. **Elogio do grande público**: uma teoria crítica da televisão. São Paulo: Ática, 1996.
- _____. **Pensar a comunicação**. Brasília: UNB, 2004.

WUNENBURGER, Jean-Jacques. **O homem na era da televisão**. São Paulo: Loyola, 2005.

2. Revistas e Jornais

LOBATO, Elvira. **Folha de São Paulo**, 18 out. 2005. p. A-5.

REPORTAGEM MÍDIA. **Revista**. Carta Capital, p. 10, 12 e 26 out. 2005.

3. Teses, Dissertações e Monografias

BRITTOS, Valério Cruz. **Capitalismo contemporâneo, mercado brasileiro de televisão por assinatura e expansão transacional**. Salvador: UFB, 2001.

FINGER, Cristiane. **TVS públicas e TVS privadas: ética e ideologia do controle dos meios de comunicação**. Porto Alegre: PUCRS, 2002.

LOBATO, Daniela Hoffmann. **TVE-RS: a televisão estatal entre a missão de serviço público**. São Leopoldo: UNISINOS, 2004.

NASCIMENTO, Iracema Santos do. **A democratização como ela é: a experiência do Canal Comunitário a Cabo de Porto Alegre**. São Paulo: USP, 2001.

4. Sites Eletrônicos

<http://www.abep.org>

<http://www.abepec.com.br>

<http://www.camara.gov.br/tv>

<http://www.fndc.org.br>

<http://www.jornalistas-rs.org.br>

<http://www.tve.com.br>

<http://www.senado.gov.br/tv>

<http://www.tvjustiça.gov.br>

ANEXOS

ANEXO A
Os Donos da Mídia

ANEXO B
Programa do FNDC

ANEXO C

Estatuto da Fundação Piratini - RTV

ANEXO D
Programa TVE

ANEXO E
Regimento Interno - TVE

ANEXO F
Pesquisa TVE

ANEXO G

Diretrizes – Fundação Piratini - RTV

CURRICULO VITAE

DADOS PESSOAIS

1. Formação acadêmica

Bacharel em Ciências Sociais - Sociologia

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul

1998/2002

2. Atividades Profissionais

Jornalista Profissional – Reg. Mtb 6722-DRT-RS.

Atualmente: Fundação Piratini – Rádio e Televisão Educativa do Rio Grande do Sul

Comentarista

Julho/1982

Jornal Zero Hora

Repórter

1970/1976

Rádio e TV Caxias

Chefe de Jornalismo

1976/1978

Jornal O Globo

Repórter

1978/1980

Diários Associados

Repórter

1980/1982

Rádio e TV Gaúcha

Repórter

1982/1983

Rádio Gaúcha

Coordenador de Esportes

1983/1990

3. Publicações

Publicação permanente em Jornais, Revistas e Sites, sobre Jornalismo e Comunicação.

**PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
CURSO DE MESTRADO EM COMUNICAÇÃO SOCIAL
LINHA DE PESQUISA: COMUNICAÇÃO E TECNOLOGIAS DO IMAGINÁRIO**

JOSÉ CARLOS DE OLIVEIRA TORVES

**TVE-RS: GOVERNOS X CONSELHO DELIBERATIVO
Um Estudo das Operações Ideológicas no Comando da Emissora**

Porto Alegre
2006