

TV pública, políticas de comunicação e democratização: movimentos conjunturais e mudança estrutural

César Ricardo Siqueira Bolaño¹
Valério Cruz Brittos²

Resumo:

O trabalho apresenta resumidamente, primeiro, os principais movimentos conjunturais referentes à política nacional de comunicação em 2007. Em segundo lugar, aponta-se que, se a criação da TV Brasil representa um avanço, sua consolidação depende de mudanças estruturais profundas, no sentido da democratização do sistema brasileiro de televisão no seu conjunto. Desta forma, finalmente, com base numa breve caracterização daquele sistema, são feitas, como contribuição ao debate, algumas sugestões a respeito do modelo de televisão mais adequado para o país.

Palavras-Chave: Economia Política da Comunicação; Políticas de Comunicação; Comunicação e Capitalismo.

Abstract:

This article presents briefly, first, the most influent conjunctural movements about national politics of communication in 2007. In second place, it appoints that, if the creation of TV Brasil represents a step forward, its consolidation depends on deep structural changes, to the democratization of the Brazilian system of television in its conjunct. This way, finally, based on a brief characterization of that system, are made, as contribution to the dialog, some suggestions about the model of digital television most appropriated to the country.

Keywords: Political Economy of Communication; Communication Policies; Communication and Capitalism.

Introdução

¹ Professor no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade de Brasília (UnB) e no Departamento de Economia da Universidade Federal de Sergipe (UFS). E-mail: <bolano@ufs.br>.

² Professor no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS). E-mail: <val.bri@terra.com.br>.

A partir de uma breve apresentação dos principais movimentos conjunturais referentes à política nacional de comunicação em 2007, o presente trabalho procura mostrar que a criação da TV Brasil, embora represente, em si, um avanço democrático na organização da mídia no país, não elimina a necessidade de mudanças estruturais profundas, no sentido da democratização do sistema brasileiro de televisão no seu conjunto, constituído num momento histórico ultrapassado, seja do ponto de vista político, seja do próprio desenvolvimento tecnológico e econômico geral e, especialmente, do campo das comunicações. O debate nacional em torno das políticas públicas de comunicação, embora muitas vezes intenso, não logrou até o momento mudar a equação do poder montada nos idos do regime militar, à diferença do que ocorreu com outros países, em que o processo de democratização se traduziu em uma mudança estrutural profunda na área da mídia. A criação de uma TV pública nacional pode ser um elemento importante nesse sentido, mas para tal deve ser pensada em termos mais amplos do que aqueles tradicionais na regulação do sistema no Brasil. Ainda que os movimentos atuais da parte do Governo brasileiro não inspirem otimismo, o debate está de alguma forma posto e, assim sendo, opta-se por apresentar aqui, a título de conclusão, uma pequena contribuição, apresentando algumas sugestões a respeito do modelo de televisão que se julga mais adequado para o país.

Movimentos conjunturais na área das políticas de comunicação em 2007

O debate em torno das políticas de comunicação no Brasil em 2007 culminou em 2 de dezembro, com o lançamento simultâneo da TV digital, em São Paulo inicialmente, e de uma televisão pública ligada ao governo federal, que representa a culminância de um debate iniciado com o 1º Fórum Nacional de TVs Públicas, convocado pelo Ministério da Cultura e realizado no mesmo ano. No entanto, como é habitual no país, isso ocorreu sem que houvesse um debate verdadeiro, pois as indústrias culturais, agentes diretamente atingidos pela medida, atuaram em favor de seus próprios interesses, não esclarecendo devidamente a população sobre a proposta governamental, o papel de uma TV pública e como tem se processado a experiência internacional.

Assim surgiu a Empresa Brasil de Comunicação (EBC), de economia mista, ligada ao governo federal, criada para gerir as emissoras de rádio e televisão públicas federais, inclusive a TV Brasil, que envolve a TV Nacional (Brasília), a TVE Rio de Janeiro, a TVE do Maranhão e a TV Brasil São Paulo, além de sítio informativo na internet. Podem participar

desta rede pública emissoras que se comprometam com um projeto de gestão em que conste um conselho curador não governamental e outras obrigações, como pluralidade jornalística. A TV Aperipê, controlada pelo Governo do Estado de Sergipe, foi a primeira a afiliar-se a esta rede.

A EBC tem uma diretoria executiva profissional, sendo suas operações supervisionadas pelo Conselho Curador, composto por 20 membros, dos quais 15 representantes da sociedade civil, quatro do Governo (através dos Ministérios da Educação, Cultura, Ciência e Tecnologia e Comunicação Social) e um de seus funcionários. O problema é que os conselheiros representantes da sociedade civil são indicados pelo presidente da República, ficando comprometida sua independência. Este sistema descontentou a sociedade civil, que pretendia ela própria indicar seus representantes, a partir de suas entidades. Conforme a Medida Provisória 398, cabe ao Conselho Curador aprovar a linha editorial de produção e programação da emissora, podendo, por deliberação da maioria absoluta, inclusive emitir voto de desconfiança à diretoria ou a um diretor responsável pela faixa de programação considerada inadequada.³ O presidente da República também nomeia o diretor-presidente e o diretor-geral da EBC.

A televisão digital terrestre, por sua vez, estreou, com muito mais publicidade, mas cercada de um mar de dúvidas, no mesmo dia do lançamento da TV Brasil, para os poucos telespectadores da Grande São Paulo, detentores dos caros equipamentos que permitem a captação do sinal digitalizado e sem interatividade (não havendo transmissão desse tipo de conteúdo, nem *softwares* com tal recurso, nos conversores). Acrescente-se a isso que poucos programas vêm sendo transmitidos em alta definição, com exceção da Rede TV!, que, na segunda quinzena de janeiro de 2008, anunciou a transmissão de toda a grade nesta modalidade. A TV Globo encontra-se em fase adiantada de digitalização na área de produção, desde antes do início da transmissão digital, mas, exceto alguns poucos ensaios de conteúdo em alta definição, em regra suas experiências anteriores envolveram realização digitalizada de programas na resolução padrão. Ainda que de modo próprio, atualmente todas as redes vêm desenvolvendo estratégias de digitalização de seus estúdios e arquivos.

³ BRASIL. Projeto de lei n° 29, de 5 de fevereiro de 2007. Dispõe sobre a organização e exploração das atividades de comunicação social eletrônica e dá outras providências. **Portal da Câmara dos Deputados**. Disponível em: <http://www2.camara.gov.br/internet/deputados/chamadaExterna.html?link=http://www.camara.gov.br/internet/deputado/dep_detalhe.asp?id=528081>. Acesso em: 8 jan. 2008.

O Governo já anunciou a concessão, pelo Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), de financiamento a radiodifusores, para digitalização das redes de emissoras e retransmissoras. O SBT já tomou R\$ 9 milhões em financiamento subsidiado junto ao BNDES para trocar todos seus transmissores. O Banco também liberou linha de crédito para fomentar a compra de conversores, pela população. Os conversores foram lançados (no final de novembro 2007, praticamente às vésperas da estréia da televisão digital) por preços variando entre R\$ 496,00 e R\$ 1.096,00, o que ultrapassa significativamente a previsão inicial.⁴ Miro Teixeira, quando estava à frente do Ministério, previa que o conversor ficaria entre US\$ 50 e US\$ 100.⁵ Hoje já é possível encontrar no mercado versões custando até R\$ 199,00. A combinação preços elevados, falta de conteúdos diferenciados e ausência de interatividade desafia o futuro da TVD no país.

Um terceiro tema, no entanto, mais importante, passou completamente despercebido do grande público: o de uma Lei de Comunicação Social que, na verdade, segue uma discussão bem anterior. Remete ao debate em torno de uma proposta de Lei Geral de Comunicação Eletrônica de Massa (LGCEM), prometida desde a ruptura do velho Código Brasileiro de Telecomunicações (CBT), de 1962, com a Lei Geral de Telecomunicações (LGT), em 1997. Durante o primeiro Governo Lula, o Ministério da Cultura acabou protagonizando a retomada, em 2005, no rescaldo do tumulto provocado pela proposta de criação da Agência Nacional de Cinema e Audiovisual (ANCINAV), em 2004 – ela também fruto da retomada de uma promessa de 2000 não cumprida pelo Governo Fernando Henrique Cardoso, quando criou a Agência Nacional do Cinema (ANCINE) –, da discussão em torno da idéia de uma Lei Geral de Comunicação de Massa (LGCM), que acabou, em fevereiro de 2007, nas mãos do ministro das Comunicações, Hélio Costa, depois de passar incólume pela Casa Civil da Presidência da República.⁶ A interpretação deste último movimento, em fevereiro de 2007, era a seguinte:

O próprio retorno, pelas mãos do ministro Hélio Costa, do debate em torno da LGCEM sinaliza não apenas, como disse, a retomada da iniciativa pelo MINICOM na disputa com o MinC, o qual tem se colocado, ao longo do Governo Lula, na defesa de antigas propostas dos progressistas, mas também da necessidade de dar uma resposta às pressões das empresas transnacionais

⁴ MARSOLA, C. Lojas financiam conversores de TV em até 25 vezes. **O Globo Online**, Rio de Janeiro, 7 dez. 2007. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/tecnologia/mat/2007/12/06/327487069.asp>>. Acesso em: 12 dez. 2007.

⁵ TV DIGITAL brasileira terá R\$ 80 milhões. **Jornal do Brasil**, Rio de Janeiro, 11 nov. 2003.

⁶ BOLAÑO, César; BRITTOS, Valério Cruz. **A televisão brasileira na era digital: exclusão, esfera pública e movimentos estruturantes**. São Paulo: Paulus, 2007. p. 86.

do setor de telecomunicações, hoje solidamente constituídas no país e com interesses claros sobre o audiovisual [... o] Estado não pode fugir à sua função de organizar e institucionalizar os compromissos tácitos e estratégicos entre os atores privados hegemônicos.⁷

Do ponto de vista dos agentes privados hegemônicos, a questão está profundamente vinculada ao debate parlamentar acerca da participação estrangeira na propriedade de empresas de mídia.⁸ Muito diferente, portanto, da perspectiva dos setores progressistas vinculados aos movimentos pela democratização das comunicações, que vêem no debate sobre a Lei de Comunicação Social uma possibilidade concreta de avanço democrático. Para estes, é estratégica a proposta de uma Conferência Nacional de Comunicação, para debater o sistema brasileiro comunicacional e suas perspectivas, visando à definição de uma política pública democrática e inclusiva.

Um projeto nesse sentido foi proposto pela XIII Plenária do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC), realizada em outubro de 2006, tendo obtido, em 2007, o apoio do partido do presidente da República, o PT. Inicialmente prevista para agosto de 2007, agora a expectativa é que seja realizada em 2008, repercutindo sobre a agenda social do país, nesse sentido influenciando o próprio projeto de Lei de Comunicação Social Eletrônica e os rumos da televisão digital, ao abordar questões centrais do mercado midiático brasileiro, como a concentração da propriedade e a falta de controle público. O Ministério das Comunicações (Minicom) está envolvido no processo, que, contudo, não tem o aval dos radiodifusores, cuja hegemonia no interior dessa pasta é muito forte, historicamente e, sobretudo, hoje.

O adiamento da Conferência, como o da Lei de Comunicação Social, segue uma tendência histórica da produção legislativa nacional na matéria, que não se alterou até o momento, durante o Governo Lula da Silva. Em abril de 2007, o Governo criou uma nova Comissão Interministerial – formada pelas pastas das Comunicações, Casa Civil, Cultura e Educação – para tratar do projeto de lei, prometido, em meados de 2006, pelo ministro Hélio Costa, para fevereiro de 2007. Mas, até o início de 2008, nada havia sido enviado ao Congresso Nacional, apesar da necessidade crescente de aprovação de alguma lei tratando de comunicação massiva, diante das alterações por que vem passando o país e a mídia em particular, inclusive pela entrada da TV digital.

⁷ BOLAÑO, César. **Qual a lógica das políticas de comunicação no Brasil?** São Paulo: Paulus, 2007. p. 107.

⁸ O embate parlamentar atual em torno da participação estrangeira na propriedade de empresas de comunicação teve início em fevereiro de 2007, com a apresentação à Câmara de um projeto de lei do deputado Paulo.

TV pública e mudança estrutural

O problema é que o debate em torno da criação de uma televisão pública no Brasil adquiriu, desde o início, um viés indesejado para os que vêem na iniciativa uma possibilidade de avanço na democratização dos meios de comunicação, concluindo finalmente o movimento iniciado com o fim do regime militar.

Para entender a questão, é preciso dizer, antes de tudo, que o Brasil conta, desde o início da década de 70 do século XX, com um sistema público estatal de televisão educativa, atingindo praticamente todo o território nacional, constituído por emissoras ligadas, na sua maioria, aos governos estaduais – com algumas poucas ligadas às universidades federais públicas presentes no respectivo estado da Federação, como é o caso no da TV educativa de Pernambuco. Trata-se de uma criação do regime militar instaurado no Brasil a partir de 1964, que optou por manter o sistema comercial privado, apoiando fortemente a sua concentração em torno da Rede Globo de Televisão, fenômeno amplamente discutido pela literatura acadêmica,⁹ mas não abriu mão do controle de uma rede pública estatal, criada, no entanto, de forma a manter-se sem capacidade de competir com as redes privadas – que cumpriam a contento a função de propaganda do regime –, mas, ao contrário, para funcionar em sintonia com o sistema comercial.

Assim, o Decreto-Lei 263/67, que cria o sistema educativo, proíbe terminantemente, em seu artigo 13, a publicidade, de acordo com os interesses dos radiodifusores privados, ao mesmo tempo em que lhe dá a seguinte definição: “a televisão educativa se destinará à divulgação de programas educacionais mediante a transmissão de aulas, conferências, palestras e debates”.¹⁰ Assim, além das limitações de ordem econômica, fazendo-as depender basicamente dos recursos orçamentários destinados pelos governos estaduais – tolhendo sua autonomia financeira e colocando-as na esfera de ação da política local –, a própria definição das suas funções restringe “brutalmente as suas possibilidades de ação, tanto em aspectos

⁹ A presença da Rede Globo na sociedade brasileira, sua influência e o processo de concentração que ela expressa são exaustivamente tratados em BRITTOS, Valério Cruz; BOLAÑO, César. (Orgs.). **Rede Globo: 40 anos de poder e hegemonia**. 2. ed. São Paulo: Paulus, 2005. O mercado brasileiro de televisão em sua evolução histórico-econômica está em BOLAÑO, César. **Mercado brasileiro de televisão**. São Paulo: Educ, 2004. Já os movimentos atuais da TV no país, na passagem do sistema analógico para o digital, estão em BOLAÑO, César; BRITTOS, Valério Cruz. **A televisão brasileira na era digital: exclusão, esfera pública e movimentos estruturantes**. São Paulo: Paulus, 2007.

¹⁰ BRASIL. Projeto de lei nº 29, de 5 de fevereiro de 2007. op. cit.

formais quanto de conteúdo. A partir dos anos 80, a publicidade começa a ser introduzida, sob o conceito de patrocínio, mas a norma referida, de 1967, não se altera”.¹¹

A atuação principal desse sistema público estatal se daria, de início, através da produção e difusão de vídeo aulas (Telecurso), destinado ao ensino massivo de adultos, em aliança com a Rede Globo de Televisão (de 1978), financiadas pelas federações da indústria e do comércio e monitoradas pelo Ministério da Educação. Essa programação existe até hoje e é transmitida em aberto pela Globo e pelas emissoras estatais em determinados horários, fazendo parte do sistema nacional de ensino à distância, com um padrão tecno-estético¹² próprio bem estabelecido e considerado de qualidade excelente. Esse padrão se desenvolverá, ao longo dos anos, muito além do restritivo projeto inicial, dando à TV Cultura de São Paulo, por exemplo, uma imagem de marca extremamente forte junto à população, sem que isso se traduzisse, não obstante, em índices de audiência mais significativos, salvo, em certos momentos, principalmente junto ao público infantil de mais tenra idade.

É interessante notar, por outro lado, que instituições envolvidas na parceria com o sistema estatal brasileiro, acabaram por criar, nos anos 90, canais culturais e educativos próprios, como o do sistema SESC/SENAC, transmitido via cabo ou satélite. Foi estabelecida também, com os mesmos parceiros e outros, de porte internacional, um projeto liderado pelas Organizações Globo, a TV Futura, de caráter educativo, transmitida via cabo e satélite, podendo ser recebida também através de uma antena parabólica comum, como qualquer emissora aberta, em todo o território nacional. Assim, o sistema privado se beneficia hoje da existência desse padrão tecno-estético desenvolvido em parceria com o Estado nacional.

Quanto às TV públicas, elas se viram beneficiadas, a partir de meados dos anos 80, pela possibilidade então aberta de acesso a recursos publicitários através do sistema de patrocínio. Essas emissoras sempre formaram uma rede nacional aberta, cuja cabeça era a TVE do Rio de Janeiro, a qual recebia conteúdo das emissoras de cada um dos estados brasileiros e oferecia uma programação nacional, retransmitida para toda a rede. No entanto, ao contrário do que acontece com o sistema comercial privado, cada emissora estatal sempre teve a liberdade de transmitir toda ou parte da programação nacional, preenchendo o resto da sua grade com produção própria ou de qualquer outra origem.

¹¹ BOLAÑO, César, op. cit., p. 16.

¹² Sobre o conceito, BOLAÑO, César. **Indústria cultural, informação e capitalismo**. São Paulo: Hucitec, 2000. p. 233.

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

Além desse sistema estatal mais antigo, é importante destacar a existência, em decorrência da Lei da TV a Cabo, de 1995, de um conjunto de emissoras comunitárias e universitárias e de vários canais públicos ligados aos poderes Legislativo e Judiciário, inclusive em nível estadual e local, que em pouco tempo conquistaram legitimidade enquanto instrumento imprescindível de *accountability* (a prestação de contas dos órgãos públicos). As televisões universitárias via cabo, por sua vez, em apenas cinco anos, desde a promulgação da lei, chegaram a formar uma rede nacional. Assim como os poucos canais comunitários, surgidos também em função da referida lei, sua competitividade no interior do sistema brasileiro de televisão é extremamente reduzida, seja pela limitação de recursos (financeiros e humanos), decorrente da falta de uma política industrial nacional para o audiovisual, seja porque a legislação as reduz ao gueto da Lei do Cabo (e não à TV por assinatura como um todo, já que os benefícios desta não foram estendidos aos sistemas de DTH – direct to home – e MMDS – Multichannel Multipoint Distribution Service).¹³

Mais que isso: todo esse conjunto de emissoras é uma anomalia no interior da indústria da televisão fechada, cuja lógica da exclusão pelo preço é radicalmente distinta daquela da TV aberta, de massa e universal, dominada no país pelo oligopólio privado, mesmo depois da ampliação do espectro para a faixa de UHF, com a exceção dos canais públicos estatais. A lógica dos canais legislativos e judiciários, de *accountability*, é obviamente a de televisão de massa aberta de serviço público. Mas, mesmo as emissoras universitárias e comunitárias, inclusive os canais privados locais (que acabaram se desenvolvendo também no interior dos sistemas de televisão paga, segundo uma lógica

¹³ Para aprofundamento da Lei do Cabo e sua especificidade no panorama televisual brasileiro, ver BRITTOS, Valério Cruz. **Recepção e TV a cabo**: a força da cultura local. 2. ed. São Leopoldo: Unisinos, 2001.

essencialmente publicitária), dificilmente poderiam ser classificados como televisão fechada, ainda que segmentada. Sua inclusão no pacote básico obrigatório da TV a cabo deveria dar-se a mesmo título do das redes comerciais.

O que há, portanto, é um panorama extremamente complexo, em que se articulam interesses públicos e privados, diferentes formas de financiamento e modelos de produção, o que não foi até o momento devidamente estudado, mas, seguramente, apresenta as mais variadas distorções em relação aos padrões mais elevados de organização dos sistemas nacionais de televisão em países democráticos. Trata-se, em essência, de uma forte herança do modelo implantado à época do regime militar, acrescido da referida anomalia de emissoras de vocação aberta e de serviço público, inclusive aquelas que deveriam ser classificadas como de publicidade obrigatória dos atos do poder público, os chamados canais institucionais, como as TVs Senado, Câmara e Justiça, postas decididamente fora do lugar. Tudo de acordo com uma única regra: a reserva do mercado de televisão aberta e do bolo publicitário para o oligopólio privado da TV comercial, cuja função, no regime militar, foi de propaganda.

Com a mudança de regime, essa função propagandística da televisão comercial transformou-se num problema de difícil solução para a completa democratização do país. Isto porque, ao longo do tempo, o oligopólio televisivo foi sendo construído de forma extremamente concentrada, em paralelo à constituição do público, dando-lhe, e especialmente à empresa líder, um poder de *lobby* e de manipulação mais do que conhecido, inaceitável segundo padrões internacionais. Assim, inexistem no país um sistema de regulamentação liberal, do tipo norte-americano, ou europeu, de sistema misto, visando contornar o poder de agendamento de que a grande mídia privada dispõe. Ramos desenvolve bem esse tópico:

Ou serviço público ou interesse público fortemente regulado – eis as características principais dos ambientes normativos da mídia nos países capitalistas centrais; características que têm sido modificadas ao longo dos anos, em especial depois do advento do regime de acumulação neoliberal no final dos anos 1970. Mas nem as liberalizações, privatizações e regulamentações desse período, na Europa e nos Estados Unidos, deram às suas empresas de mídia, às de radiodifusão em particular, a liberdade comercial que sempre desfrutaram no Brasil.¹⁴

Esse é o substrato institucional do poder de manipulação da Rede Globo de Televisão no Brasil e, conseqüentemente, do seu poder de lobby. Nas palavras de Ramos: “o poder da Globo sobre a política e os políticos no Brasil, portanto, decorreu sempre muito mais da falta

¹⁴ RAMOS, M. C. A força de um aparelho privado de hegemonia. In: BRITTOS, Valério Cruz; BOLAÑO, César (Orgs.). **Rede Globo: 40 anos de poder e hegemonia**. 2. ed. São Paulo: Paulus, 2005. p. 66.

de um ambiente normativo claro e específico do que das ações de um empresário em particular”.¹⁵ Trata-se, portanto, de um problema de ordem estrutural e é assim que se deve pensar a proposta de constituição de um novo sistema público televisivo, mesmo que o próprio Governo que o propôs não o tenha deixado claro, procurando, ao contrário, evitar o debate efetivo em torno do projeto.

Esboço de uma proposta a título de conclusão

Duas possibilidades estão postas: (a) a manutenção do modelo atual, com um setor público mais centralizado, ligado de alguma forma ao Poder Executivo (independentemente do grau de autonomia que ele venha a ter em relação ao governo, problema da maior relevância, mas de outra ordem); ou (b) a constituição de um novo modelo, misto, mais ou menos como o europeu. O primeiro caso é a reafirmação do projeto cultural do regime militar, relativamente mitigado, com um setor comercial hegemônico, estruturado sobre a base do sistema de concessões e afiliações, com alta capacidade de manipulação e poder de *lobby* e de agendamento político e cultural. O segundo caso, menos provável, é também menos previsível, visto que se trata de uma construção nova, dependente das idas e vindas da luta política e da correlação de forças em cada momento do processo.

Um princípio que pode ser tomado como consensual é aquele constitucional da complementaridade entre os sistemas público, privado e estatal, mesmo que as definições de cada um desses conceitos ainda não existam, nos termos da lei, sendo elas parte justamente do processo anteriormente. Mas esta seria matéria para outro trabalho. Em todo caso, pode-se partir dos seguintes princípios:

- a) O sistema privado não se pode eximir das obrigações de serviço público, visto tratar-se de concessão pública, exigindo, no caso dos países plenamente democráticos, contratos de concessão, cadernos de encargos e controle público sobre os conteúdos, de modo a evitar as distorções conhecidas no mercado brasileiro: censura privada e manipulação.¹⁶

¹⁵ Sobre a Globo e sua atuação sobre a eleição presidencial de 2007, BOLAÑO, César; BRITTOS, Valério Cruz. **Blogosfera, espaço público e campo jornalístico: o caso das eleições presidenciais brasileiras de 2006**. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 2007, Aracaju. **Anais...** Aracaju: SBPJor, 2007. 1 CD.

¹⁶ Nesse sentido, Simões dá o tom da importância do controle social dos conteúdos midiáticos, vendido como

- b) O sistema público estatal deve submeter-se também a formas democráticas de controle público, evitando concentração de poder e uso político dos meios.
- c) O sistema público não estatal, entendido provisoriamente como comunitário, universitário e outros sem fim lucrativo, assim como o estatal, deve atuar excluído da lógica da publicidade comercial, salvo as exceções conhecidas de patrocínio cultural, conforme regulamentação específica.

Tendo em vista que as necessidades do sistema público não estatal, não lucrativo, devem ser preenchidas, de alguma forma, pelo Estado, não diferindo, em essência, daquelas do público estatal (financiamento e qualificação técnica),¹⁷ pode-se pensar num modelo constituído, à moda européia, no seu conjunto por dois setores (público e comercial). Do ponto de vista da complementaridade, à produção regional, independente e plural, deve-se garantir direito de acesso à antena, tanto no sistema privado, quanto no público.

No primeiro caso, trata-se da regulamentação de um setor de mercado. É preciso criar uma normatização, a partir, por exemplo, do Projeto de Lei 256, da ex-deputada federal Jandira Feghali (PCdoB-RJ), em tramitação no Congresso Nacional desde 1991, que regulamenta o parágrafo III do artigo 221 da Constituição Federal. No segundo caso, o acesso pode estar definido na própria estrutura do sistema, o que contribuirá para racionalizar a política de qualificação e dar competitividade ao conjunto do setor público. Assim, pode-se pensar, como na Europa, em um sistema público constituído por três redes nacionais, a saber:

- a) Um primeiro canal centralizado, à maneira do que parece virá a ser a recém criada TV Brasil, com capacidade de concorrer pela liderança de audiência em nível nacional. Um canal deste tipo deveria propor-se a conquistar uma participação de 30% da audiência nacional (*share*).

censura pelo discurso dos próprios radiodifusores, que, embora não o digam, o que defendem é o controle privado, ou seja, aquele que exercem no dia a dia de seus negócios: “Diante desse quadro, cabe insistir sempre que o controle social da telinha nada tem a ver com censura. Não se trata de reduzir ou coibir a liberdade, mas sim notar que tal liberdade não pode continuar sendo exercida por poucos privilegiados, basicamente em função do capital financeiro de que dispõem, e que, portanto, constitui um dispositivo de controle desses poucos sobre o grande público”. SIMÕES, Inimá. **A nossa TV brasileira**: por um controle social da televisão. São Paulo: Senac, 2004. p. 118.

¹⁷ Assim, o setor público estatal e o não estatal, bem como a produção regional e independente, devem contar com formas de financiamento não publicitário, o que exige uma política pública abrangente, parte de uma política industrial para o audiovisual, que garanta tanto a “exceção cultural” quanto a competitividade sistêmica do país na área.

- b) Um segundo canal mais segmentado – que poderia ser definido em nível estadual, como as atuais emissoras educativas, mas com o mesmo elevado grau de autonomia financeira e de gestão pensada para a primeira TV e dispor de mecanismos semelhantes de controle público. Teria por objetivo algo em torno de 15% de *share* diário, podendo disputar espaço com a primeira rede em determinados momentos, através de uma programação mais vinculada à cultura local.
- c) O terceiro canal totalmente descentralizado, com uma grade estruturada à base de produção local independente, muito próximo do que deveria ser uma TV comunitária. A coordenação da grade se daria, de um modo geral, em nível local, mas o conjunto das emissoras desse sistema se articularia em rede nacional, em determinados horários, de modo a permitir que toda a produção local pudesse atingir, em algum momento, a audiência nacional, como ocorre tradicionalmente com a televisão pública alemã, por exemplo. Em média poder-se-ia supor um *share* de 5%.

Isto para a TV aberta, evidentemente. A pública também deve participar de alguma forma da televisão fechada, mas isso não será tão importante, no caso da consecução de uma proposta deste matiz. Se somados os índices propostos como objetivo para cada uma das três redes, tem-se participação em precisamente metade da audiência nacional, o que garante complementaridade e equilíbrio ao conjunto do sistema. Claro que, além dessas, permaneceriam, e com sinal aberto, as emissoras do Legislativo e do Judiciário, com a incumbência explícita de transmitir as sessões do plenário e das comissões das respectivas casas, cumprindo sua obrigação de publicidade, sem preocupação com índices de audiência. Também o Canal Brasil, criado para atender à exigência legal de divulgação do cinema brasileiro, deveria ser distribuído em aberto, assim como outros canais de utilidade pública (como de *t-government* e educação à distância – EAD) e de serviço eventual.

É certo que o advento da TV digital pode servir a este propósito, na medida da ampliação do espectro que permite. Mas a proposta independe disso. Além disso, nas negociações em torno da reestruturação do sistema atual, visivelmente inadequado, seja do ponto de vista democrático, da competitividade sistêmica do país na área ou da preservação da diversidade cultural e da cultura brasileira, será preciso discutir o interesse nacional em manter determinado tipo de empresa atualmente em funcionamento, que prima pelo oferecimento de todo tipo de conteúdo religioso, tele-compras e programação de qualidade duvidosa.

Não cabe, por certo, julgar aqui a programação das emissoras, mas é inegável que a sociedade brasileira deve dispor de mecanismos democráticos para tal, já que a própria homogeneidade da programação, que impera mesmo nas redes comerciais mais conhecidas, dadas as limitações do espectro – que se reproduzirão, aliás, em grande medida, na televisão digital, dada a solução a que se chegou, no Brasil, de deixar a decisão a respeito de sua utilização basicamente nas mãos dos atuais radiodifusores – representa uma censura estrutural a qualquer conteúdo divergente daqueles definidos pelos setores hegemônicos da comunicação social, que ainda detém o monopólio da fala no país.

Referências bibliográficas

- BOLAÑO, César. **Indústria cultural, informação e capitalismo**. São Paulo: Hucitec, 2000.
- BOLAÑO, César. **Mercado brasileiro de televisão**. São Paulo: Educ, 2004.
- BOLAÑO, César. **Qual a lógica das políticas de comunicação no Brasil?** São Paulo: Paulus, 2007.
- BOLAÑO, César; BRITTOS, Valério Cruz. **A televisão brasileira na era digital: exclusão, esfera pública e movimentos estruturantes**. São Paulo: Paulus, 2007.
- BOLAÑO, César; BRITTOS, Valério Cruz. **Blogosfera, espaço público e campo jornalístico: o caso das eleições presidenciais brasileiras de 2006**. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 2007, Aracaju. **Anais ...** Aracaju: SBPJor, 2007. 1 CD.
- BRASIL. Projeto de lei nº 29, de 5 de fevereiro de 2007. Dispõe sobre a organização e exploração das atividades de comunicação social eletrônica e dá outras providências. **Portal da Câmara dos Deputados**. Disponível em: <http://www2.camara.gov.br/internet/deputados/chamadaExterna.html?link=http://www.camara.gov.br/internet/deputado/dep_detalhe.asp?id=528081>. Acesso em: 8 jan. 2008.
- BRASIL. Medida provisória nº 398, de 10 de outubro 2007a. Institui os princípios e objetivos dos serviços de radiodifusão pública explorados pelo Poder Executivo ou outorgados a entidades de sua administração indireta, autoriza o Poder Executivo a constituir a Empresa Brasil de Comunicação – EBC, e dá outras providências. **Presidência da República**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/CCIVIL/_Ato2007-2010/2007/Mpv/398.htm>. Acesso em: 8 jan. 2008.
- BRASIL. Decreto-lei nº 263, de 28 de fevereiro de 1967. Autoriza o resgate de títulos da Dívida Pública Interna Fundada Federal e dá outras providências. **Senado Federal**. Disponível em: <<http://www6.senado.gov.br/legislacao/ListaPublicacoes.action?id=117239>>. Acesso em: 22 jan. 2008.
- BRITTOS, Valério Cruz; BOLAÑO, César. (Orgs.). **Rede Globo: 40 anos de poder e**

hegemonia. 2. ed. São Paulo: Paulus, 2005.

BRITTOS, Valério Cruz. **Recepção e TV a cabo**: a força da cultura local. 2. ed. São Leopoldo: Unisinos, 2001.

MARSOLA, C. Lojas financiam conversores de TV em até 25 vezes. **O Globo Online**, Rio de Janeiro, 7 dez. 2007. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/tecnologia/mat/2007/12/06/327487069.asp>>. Acesso em: 12 dez. 2007.

RAMOS, Murilo César. A força de um aparelho privado de hegemonia. In: BRITTOS, V.; BOLAÑO, C. (Orgs.). **Rede Globo**: 40 anos de poder e hegemonia. 2. ed. São Paulo: Paulus, 2005. p. 57-76.

SIMÕES, Inimá. **A nossa TV brasileira**: por um controle social da televisão. São Paulo: Senac, 2004.

TV DIGITAL brasileira terá R\$ 80 milhões. **Jornal do Brasil**, Rio de Janeiro, 11 nov. 2003.