

É POSSÍVEL INVENTAR A TV PÚBLICA BRASILEIRA?

Ângela Carrato¹

Resumo: O artigo discute o conceito de televisão pública, bem como sua relação com a TV estatal e a TV comercial. Ele igualmente analisa a criação da *TV Brasil* como elemento importante para a democratização da comunicação no país. O tema é abordado a partir de contribuições da economia política e da ciência política.

Palavras-chave: Televisão; Televisão Pública; Democratização da comunicação

Abstract: In this paper, the concept of public television, as well as, its relationship with state owned and commercial TV are discussed. Additionally, the creation of *TV Brasil*, which is shown as an important means for the democratization of mass communication in Brazil, is analyzed. This topic is dealt with under the light of both political and economical sciences.

Keywords: television; public television; mass communication democratization

Com o versal “Ideologia” e o título “Entre o zero e o traço” a revista “Veja”² registrou a estréia da TV Brasil, emissora criada pelo governo federal e que se propõe a ser pública. Batizada de “TV do Lula” pela maior parte da mídia brasileira e por colunistas destacados como Clóvis Rossi, a nova emissora tem, por enquanto, seu sinal restrito ao Rio de Janeiro, Distrito Federal, Maranhão e a um canal de UHF em São Paulo.

Sem disfarçar suas críticas à iniciativa, a revista “Veja”, na edição citada, registra que “a nova emissora conseguiu a façanha de ter zero de ibope em uma das manhãs de sua primeira semana.”³ Mais ainda: assinala que “no domingo, foi ao ar uma revista eletrônica que se arrastou por nove horas.”⁴

A criação de uma TV Pública no Brasil é o sonho de vários setores e entidades como o Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC). Sonho que teve início há várias décadas, quando Roquette Pinto, precursor da radiodifusão pública no país, conseguiu, em 1952, a concessão de um canal no Rio de Janeiro, “que deveria operar como uma pequena

¹ Jornalista. Professora do Departamento de Comunicação Social da UFMG. Ex-presidente da Fundação TV

² Edição 2038 - ano 40 - n.49, de 12 de dezembro de 2007, pp.146-148

³ Edição citada, p.146.

⁴ Idem, p. 146.

BBC”⁵, numa alusão à TV inglesa, considera por muitos o padrão por excelência de TV Pública.

O processo de implantação da emissora deveria ser rápido, pois quando a concessão foi obtida⁶, já contava com projeto técnico e com programação elaborados. Também já estavam encomendados e prontos para o embarque nos Estados Unidos, os equipamentos necessários ao seu funcionamento. Uma série de entraves burocráticos, no entanto, fez com que estes equipamentos jamais chegassem ao Brasil, com a concessão da primeira TV não comercial no país sendo perdida para a TV Excelsior, uma emissora comercial.

Enquanto a TV, na Europa, nasce financiada por orçamento público e sem depender do mercado e, nos Estados Unidos, desde meados dos anos 1960, a Public Broadcasting System (PBS), a rede pública norte-americana, é uma realidade, no Brasil, só agora proposta nesta linha começa a tomar corpo.

As várias décadas de defasagem com que esta modalidade de TV está sendo colocada em prática no país não foram suficientes para evitar comentários de que sua criação foi “afobada”, de olho apenas nos interesses do governo Lula e do PT. Esse tipo de crítica pode ser sintetizado pela revista “Veja”, para quem, “a TV pública parece ser apenas um prêmio de consolação para os *alopradados* que tentaram em vão censurar a imprensa com a criação de um soviet (conselho em russo) Federal de Jornalismo no primeiro mandato de Lula”⁷

Mas se os setores conservadores no país, à frente os grandes veículos de comunicação, são críticos à iniciativa do governo Lula, os setores progressistas também a vêem com ressalvas. Em nota oficial, intitulada “Em defesa de uma TV do Brasil”, o FNDC conclamou o governo federal a revisar seus encaminhamentos em relação à emissora e fez apelo ao Congresso Nacional para que aperfeiçoe a Medida Provisória que cria a TV Brasil. O ponto central da crítica diz respeito à participação da sociedade civil, dos movimentos que lutam pela democratização da comunicação, dos pesquisadores e trabalhadores da comunicação na gestão da emissora, em especial no seu conselho curador.

O apelo surtiu efeito. Mais de 130 emendas parlamentares foram apresentadas ao projeto da emissora, a maioria descaracterizando-o. Sua tramitação transformou-se em batalha no Congresso. Batalha que deixou nítidos conflitos não só entre governo e oposição, na própria base governista.

⁵ Milanez, Liana. Notas para uma história da TVE-Rede Brasil. Edição TVE, RJ, 2007, p. 26.

⁶ Em 1952, o presidente Getúlio Vargas concedeu outorga de canais educativos para várias instituições sediadas no Distrito Federal. No Rio de Janeiro, um grupo de empreendedores liderados por Roquette- Pinto conseguiu a concessão do Canal 2. Para maior aprofundamento sobre o assunto, ver Milanez, Liana. op. cit., p. 13.

⁷ Revista Veja, edição 2038, p. 146.

O principal ponto de discordância, entre governo e oposição, mas também entre as diversas correntes de pesquisadores que estudam o tema diz respeito ao conceito de TV Pública. Afinal, o que é uma TV Pública? Existe realmente esta modalidade de TV? Em que aspectos ela difere da TV Comercial? É viável uma TV Pública no sistema capitalista?

A partir de contribuições da economia política e da ciência política, tentaremos levantar alguns aspectos que podem ser úteis para o aprofundamento deste debate, sem dúvida necessário e oportuno. Debate que, infelizmente, tem sido e continua sendo adiado quando não sumariamente esquecido no Brasil.

1. O QUE É UMA TV PÚBLICA?

Aparentemente esta pergunta tem resposta simples. Existem três modalidades de televisão, a saber: a comercial, a estatal e a pública. O artigo 5 da Constituição Brasileira, por exemplo, prevê não só a existência como a complementaridade entre essas modalidades. Para a presidente da Empresa Brasil de Comunicação (EBC), jornalista Tereza Cruvinel, “a TV Estatal/ Governamental caracteriza-se por ser um canal explorado e controlado pelo Estado, através da função governamental. Já a TV Pública não deve se submeter ao poder político, seja ele de partidos, governos e poderes constituídos, mesmo que tenha grande parte de seu financiamento proveniente de receitas públicas.”⁸ Quanto à TV comercial, ela é bancada pela publicidade e tem sua lógica calcada na audiência.

Uma análise mais cuidadosa destas caracterizações deixa a mostra os problemas que apresenta. Além do fato de, nas três modalidades de TV, a origem de sua concessão ser a mesma, o Estado (afinal o espectro eletromagnético é um bem finito e precisa ser regulamentado), onde realmente se dá a distinção entre TV Estatal e TV Pública? Tendo a mesma origem e dependendo de financiamento público (obtido via Estado), TV Estatal e TV Pública não estariam mais próximas do que se imagina? Mais ainda: no sistema capitalista, com a cultura transformada em indústria e a informação e a obra de arte em mercadorias, é possível se pensar, como afirma o estudioso da televisão Omar Rincón, que “a TV Pública é a que interpela o cidadão, não o consumidor?”⁹ Como estabelecer a distinção entre o cidadão e o consumidor em situações onde o mercado é soberano, a legislação propositalmente precária e o poder de sedução da TV quase total?

⁸ Entrevista publicada no site www.observatoriodaimprensa.com.br, edição n. 460, de 14/11/2006

⁹ Ver “Televisão é para expressão e reconhecimento”. Entrevista de Omar Rincón à revista Midia.com Democracia. N. 4, novembro de 2006, p. 16.

Rincón amplia sua definição de TV Pública, tentando precisá-la. Para ele, a TV Pública “é um cenário de diálogo intercultural, que amplia e estende a representação e o reconhecimento dos sujeitos sociais”.¹⁰ Frisa que “deve ser significativa não para as massas (para isso existem as TVs pagas e comerciais), mas para as minorias”, devendo ser “experimental e inovadora em formatos, estilos, temáticas e estéticas”.¹¹ Ainda segundo Rincón, “a TV Pública segue as lógicas do prazer e da diversão, porém em versões inteligentes e em horizontes transgressores, além de, em todos os programas, ter o dever de promover telespectadores melhores e cidadãos ativos para a democracia.”¹²

Em que pese seu esforço, buscando a diferenciação entre TV Pública e TV Comercial, acaba registrando muito mais uma série de intenções (boas, sem dúvida), mas que não conseguem disfarçar certa ingenuidade mesclada com voluntarismo e uma grande dose acentuada de preconceito: para as minorias a TV Pública. Para as massas, a TV comercial. Mas o objetivo da TV Pública, segundo ele, não é superar a dicotomia consumidor x cidadão?

Mesmo que em cada sociedade haja uma configuração específica, não é possível se perder de vista, como alerta Bolaño que “se pode observar claramente a solidariedade que existe no desenvolvimento do capitalismo monopolista, do chamado Estado do bem-estar e da Indústria Cultural, capitaneada esta pelo novo meio de comunicação que se institui no início dos anos 50 – a televisão.”¹³ No Brasil, aliás, a TV surge através dos procedimentos pioneiros de Assis Chateaubriand, adotando desde o início o sistema comercial, respaldado por um sistema de concessões do Estado à empresa privada.

E se a relação histórica entre Indústria cultural e capitalismo monopolista é evidente, o desafio a que se propôs Bolaño é encontrar o elo teórico entre ambos.¹⁴ É exatamente a não percepção deste elo que faz com que Rincón não consiga, efetivamente, avançar numa efetiva distinção entre o que seria uma TV Pública de uma TV Comercial. Até porque, se “no capitalismo clássico a identidade (das partes) ocultava a contradição (entre classes), *no capitalismo contemporâneo não é mais a identidade mas a diferença que oculta a contradição*”¹⁵, afirma Bolaño, valendo-se de uma citação de Habermas.

De forma um tanto provocativa, não poderíamos pensar que a distinção entre possíveis modalidades de televisão não serviriam, no fundo, para reforçar a televisão, no que ela tem de

¹⁰ Idem, p.16

¹¹ Idem, p.16.

¹² Ibidem, p.16

¹³ Bolaño, César. *Indústria cultural, Informação e capitalismo*. São Paulo: Hucitec/Polis, 2000, p. 75.

¹⁴ A esse desafio, Bolaño se lança tanto no livro *Mercado de Televisão Brasileiro* (2004) quanto em *Indústria Cultural, Informação e Capitalismo* (2000).

¹⁵ Idem, p.78.

essencial? Um pouco nessa linha, o que Bolaño¹⁶ procura mostrar é que assim, o Estado aparece não mais apenas como um árbitro entre iguais, mas como tendo ainda a tarefa de corrigir as diferenças, o que constitui o cerne do reformismo e do tipo de Estado que viria a consolidar nos países capitalistas desenvolvidos a partir da derrota de alternativas fascistas ao final da segunda guerra mundial. Nos termos de Habermas, ele destaca que há aí uma “socialização do Estado” que se dá em paralelo a uma “estatização da sociedade” que, no seu conjunto, destrói a separação entre Estado e sociedade que é a base da esfera pública burguesa.

Com a transformação do “público pensador de cultura” em “público consumidor de cultura”, para usar, como faz Bolaño¹⁷, a expressão de Habermas, observa-se que não apenas os bens culturais, mas até mesmo o debate adquire a forma de mercadoria. Com isso, os programas dos meios de comunicação de massa, mesmo em sua parte não comercial, acabam estimulando o comportamento consumista e fixando-se em determinados modelos. Mais ainda: a publicidade econômica adquire caráter político.

2. SOCIEDADE CIVIL, DEMOCRATIZAÇÃO E ABANDONO DO ESTADO

Modelo inspirador para a TV Brasil, a BBC inglesa é apontada por alguns como sendo uma TV pública por excelência. A realidade, no entanto, tem mostrado que mesmo aquela emissora vem sendo obrigada a conviver com todo o acelerado processo de disputa entre capital e estado pelo controle dos meios de comunicação na Inglaterra e na Europa. Processo que se inicia com a privatização e a desregulamentação da TV européia que se torna dramática nos anos 1980. Privatização que nada mais é do que uma maneira de tentar esterilizar/conter o potencial crítico de uma esfera pública que se ampliou para além das exigências iniciais de participação (propriedade e cultura), adquirindo um caráter virtualmente explosivo.

A partir de considerações políticas, mas sem perder de vista Marx, o pensador italiano Antônio Gramsci chega a algo semelhante. Para Gramsci, “o cinema e o rádio (...) superam todas as formas de comunicação escrita, desde o livro até a revista, o jornal (...), mas na superfície, não em profundidade.”¹⁸ O que Gramsci chama de “opinião pública” está

¹⁶ Idem, p. 79 e seguintes.

¹⁷ Ibidem, p. 85

¹⁸ Neste aspecto, seguimos de perto a interpretação que faz Marco Aurélio Nogueira, no texto “As três idéias de sociedade civil, o Estado e a politização,” in *Ler Gramsci, entender a realidade*, org. de Carlos Nelson Coutinho e Andréa de Paula Teixeira, Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003, pp. 215-233.

estritamente ligado à hegemonia política, ou seja: é o ponto de contato entre a “sociedade civil” e a “sociedade política”, entre o consenso e a força.

Vale a pena refletir, com mais atenção, sobre o conceito de sociedade civil, especialmente porque ele tem sido alvo de interpretações as mais díspares, como também pela importância que assumiu no Brasil a partir dos anos 1980.

Geralmente fala-se em sociedade civil para pensar a oposição ao sistema capitalista e para delinear estratégias de convivência com o mercado, para propor programas democráticos radicais e para legitimar propostas de reforma democrática gerencial no campo de políticas públicas.

Busca-se apoio na idéia de sociedade civil tanto para projetar um Estado efetivamente democrático quanto para se atacar todo e qualquer Estado. É em nome da sociedade civil que se combate a globalização neoliberal e se busca delinear uma estratégia em favor de uma outra globalização. Mas é também em nome da sociedade civil que se busca viabilizar programas de ajuste fiscal e de desestatização.

Exatamente por isso, é fundamental não se perder de vista que as sociedades ficaram mais diversificadas, individualizadas e mercantilizadas, tornando-se ambientes tensos e competitivos. A constituição de um mundo mais interligado e integrado economicamente, submetido tanto a redes de comunicação e informação quanto a dinâmicas estruturais que tornam mais relativo o poder do estado nacional, levaram o social a ganhar transparência e autonomia diante do político. Só que na maioria dos casos, esta democratização acabou se combinando com uma atitude de abandono do Estado. Em outras palavras, passou-se a atribuir à sociedade civil toda a virtude e todo o dinamismo social, contrapondo-se ao estado que conteria somente os aspectos burocráticos, autoritário e repressivo. Esta visão acabou levando a democratização a se deixar capturar, em grande medida, pelo antiestatismo neoliberal. O resultado tem sido o fortalecimento não do sonhado processo democrático, mas do mercado.

No caso brasileiro, um exemplo disso é a reivindicação do FNDC, em sua nota oficial “Em defesa de uma TV do Brasil”. O documento enfatiza que “a estrutura adotada para a TV Brasil desconsiderou a participação da sociedade civil e dos movimentos sociais, dos movimentos que lutam pela democratização da comunicação, dos pesquisadores e trabalhadores da comunicação”. Indo além, o documento assinala que “sem esses segmentos não há como garantir um estatuto público à televisão.”

Boas intenções à parte, o que o FNDC parece não se dar conta é que as 13 personalidades indicadas pelo governo para compor o conselho curador da TV Brasil são representantes da sociedade civil, pelo menos em algumas de suas acepções. Mais ainda, o que o FNDC igualmente parece não ter se dado conta é de que a TV, na forma mais avançada da produção capitalista, característica do capitalismo monopolista, é “a única verdadeira indústria cultural”. Daí, a crítica que apresenta mostrar-se frágil e superficial, longe de tocar na essência do problema.

A indústria cultural é cada vez mais o elemento que articula o grande capital. Como comunicar-se com a população é necessidade básica do Estado e do capital monopolista, entende-se, por um lado, a necessidade que o Estado brasileiro tem de um canal próprio para essa comunicação, da mesma forma que essa necessidade apenas estimula a luta competitiva entre as grandes empresas, nacionais e multinacionais, para funcionarem. Pulverizados como se encontravam a Radiobrás e a TVE do Rio de Janeiro não tinham condição de cumprir este papel. Ambos perderam esta possibilidade ao se deixarem vencer por disputas internas e questões essencialmente corporativas, sem falar na falta de apoio institucional que sempre lhes caracterizou.¹⁹

Como a dinâmica da programação televisiva é obrigada a levar em conta as especificidades culturais de cada país ou região, até o momento as emissoras brasileiras têm conseguido garantir a preponderância (tanto em publicidade quanto em audiência). Preponderância que não exclui a concorrência entre essas empresas (vide projeto da TV Record para, em 10 anos, assumir a liderança há décadas mantida pela TV Globo).

É esse também o motivo pelo qual, mesmo as emissoras ditas culturais e educativas, em sua maioria mantidas ou ligadas aos governos estaduais ou aos poderes Legislativo e Judiciário e a universidades, sem nunca tendo alcançado uma audiência significativa, levaram as Organizações Globo a lançarem e manterem o Canal Futura, voltado para a educação e a cidadania²⁰ Canal que, diga-se, conta com todo o respaldo e parceria de algumas das mais brilhantes cabeças pensantes da esquerda brasileira.

A entrada em cena da TV Brasil é, sem dúvida, um elemento novo no cenário da indústria cultural brasileira. Talvez o elemento mais importante das últimas décadas, especialmente se os setores que a defendem perceberem sua real dimensão, combinada com a

¹⁹ Neste sentido é significativa a demissão da presidente da Associação Roquette-Pinto (Acerp), jornalista Beth Carmona, gestora da TVE.

²⁰ Aprofundo esta discussão no texto “TV Futura, a TV Pública do sistema privado?” Trabalho de conclusão da disciplina Políticas de Comunicação, ministrado pelo professor Murilo Ramos, no primeiro semestre de 2007, na Pós-Graduação em Comunicação da UnB.

tecnologia digital e tendo como pano de fundo os desafios da realidade política e econômica nacional, sem perder de vista o contexto internacional. A TV Brasil não é apenas mais uma emissora de televisão. É um espaço para se questionar, por dentro, o próprio veículo televisão, desconstruindo visões estabelecidas e abrindo espaço para novas possibilidades. Nada disso será possível, no entanto, sem antes, ter-se clareza sobre a nova realidade política e econômica e sua ligação umbilical com a realidade do veículo televisão.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Num país em que 93% dos domicílios têm televisão e em que se assiste, em média 3 horas e 43 minutos por dia de programação (Ibope Mídia – Dados de 2006), o mínimo que se pode esperar, desde que a TV Brasil, é a possibilidade de um reequacionamento da comunicação de massa no país. Reequacionamento que no caso da TV segmentada (TV paga) esbarrou na tradição “gratuita” da TV aberta e no baixo poder aquisitivo da nossa população. O risco, agora, é da nova TV não ter fôlego para superar hábitos arraigados, não tendo fôlego para, por um lado enfrentar o auto-denominado “padrão de qualidade Global” e, de outro, os apelos fáceis da TV Record na busca desenfreada por audiência.

Estatual ou pública, o essencial para a TV Brasil é conseguir compor uma grade de programação atraente, diversificada, plural e consistente, além de um jornalismo que não se limite às questões do triângulo São Paulo, Rio de Janeiro e Brasília. Se a TV Brasil conseguir colocar os diversos “brasis” no ar, com razoável independência e criatividade em relação ao Estado e ao mercado, o crescimento da audiência será apenas questão de tempo. E não há porque temer a audiência, especialmente quando a indústria cultural constituir-se numa ágora eletrônica.

Na contracorrente do que vem acontecendo com a televisão estatal/ pública na Europa, a TV Brasil é um dado importante para se pensar o futuro da indústria cultural no país. Fato que, sem dúvida, explica a má vontade com que sua proposta, desde o início, foi recebida pelos veículos de comunicação tradicionais. Não se trata de temê-la no que se refere à divisão do bolo publicitário, em que pese o orçamento que o Governo, empresas estatais e demais órgãos públicos pretende destiná-la (inicialmente R\$ 350 milhões) deixar de ir para os veículos tradicionais. O essencial, no entanto, é o risco desta emissora, no futuro, possibilitar uma reconfiguração da própria audiência.

Pela primeira vez em décadas, pensa-se em uma TV não comercial que pode, efetivamente, sair do gueto e que não se paute pela lógica equivocada de pensar-se educativa

antes de ser televisão. TV é entretenimento e informação, inteligente, plural e criativo, e não aqueles entediados e entediantes programas que ainda povoam grande parte das grades das emissoras ditas educativas e culturais no Brasil.

O momento, com todos os desafios que comporta, é estimulante. Talvez o mais estimulante das últimas três décadas em se tratando dos veículos de comunicação no país.