

Digite seu CPF o

OK

Digite o que deseja consultar



Anuncie Aqui

Anuncie na versão impressa e
ganhe o anúncio digital.
Ou apenas anuncie na versão digital.

Assine Já!
(11) 3129-3438

[HOME](#)[NOSSA HISTÓRIA](#)[EDIÇÕES](#)[ÍNDICE REMISSIVO](#)[CONTATO](#)

Edição 91 > [O fascinante desafio da Rede Pública de Televisão](#)

O fascinante desafio da Rede Pública de Televisão

Laudelino de Souza Filho*



Há um espaço vazio no espectro eletromagnético brasileiro. Aquele que deveria ter sido ocupado por uma rede pública de televisão e nunca foi.

Na Europa, a história da televisão costuma ser ordenada em três etapas sucessivas e articuladas, segundo padrões institucionais: o serviço público original em situação monopolista, a televisão comercial aberta ainda dominante e a televisão paga em fase de desenvolvimento. Esse percurso, se aplicado ao Brasil, teria em comum apenas a sua parte intermediária: a hegemonia da TV comercial. As iniciativas em torno da implantação de um serviço público e a oferta de televisão por assinatura podem ser consideradas marginais, diante da desproporção da abrangência de acesso existente entre elas e o sistema dominante.

Como resultado, a ausência de uma televisão pública forte no Brasil impediu a formação de um público mais crítico em relação à TV comercial, resultado da absoluta falta de modelos alternativos. Também impossibilitou a criação de uma massa crítica capaz de exigir da televisão, no mínimo, o respeito aos preceitos constitucionais que determinam a prestação de serviços de informação, cultura e entretenimento. No Brasil, ao contrário do que ocorreu na Europa, as tímidas iniciativas para implantar serviços públicos de radiodifusão foram sempre subordinadas ao modelo comercial, atuando de forma complementar a ele. Ou seja, ocuparam os espaços que

não atraíam os interesses da iniciativa privada.

Por isso a história da radiodifusão pública no Brasil é minguada. Em 57 anos de televisão é possível destacar apenas cinco momentos significativos: a fundação da Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, em 1923; a implantação da Fundação Padre Anchieta em São Paulo, em 1969; a promulgação da Constituição da República, em 1988, com a idéia da complementaridade entre os modelos público, privado e estatal de radiodifusão; a aprovação da lei número 8.977, conhecida como Lei do Cabo, em 1995, geradora das TVs de acesso público e de forma quase concomitante, o lançamento pelo Ministério da Cultura do 1º Fórum Nacional de TVs Públicas, no final de 2006 e a decisão do governo federal de impulsionar a criação de uma rede pública nacional de televisão, em 2007.

Com isso, a TV Pública entrou na pauta do debate nacional. Há dez anos, quando concluí meus estudos sobre o modelo britânico de televisão, falar sobre ele aqui no Brasil exigia um grande sacrifício. O sentimento era de estar tratando de um fenômeno surrealista, tal a distância entre a nossa realidade e o modelo desenvolvido na Europa desde os anos 1920, nos primórdios do rádio. Em pouco tempo – o que são dez anos? – o quadro mudou e estamos agora tratando seriamente da TV Pública.

Com definições claras, como aquela apresentada pelo Secretário de Audiovisual do Ministério da Cultura, Orlando Senna. Ele define a TV Pública como,

“(...) uma janela de acesso estratégico para o contato da população com a mais vasta gama de bens e serviços culturais, constituindo um canal privilegiado para a valorização e a universalização do patrimônio simbólico nacional. A rede de emissoras públicas é uma opção de grande potencial como veículo difusor da produção audiovisual oriunda dos distintos agentes culturais da sociedade, assegurando a expressão de nossa rica diversidade cultural e a prática da democracia”.

Essa citação contempla três questões-chave, ainda pouco desenvolvidas, a respeito do papel da TV Pública na sociedade: a socialização da produção de bens simbólicos produzidos no país, o formato de transmissão em rede e a relação TV Pública-democracia.

A primeira diz respeito à hegemonia do modelo comercial regido por índices de audiência – mera sanção do mercado, no dizer do sociólogo francês Pierre Bourdieu –, impedindo o acesso à televisão de bens culturais não transformados em mercadoria. A sociedade vê-se, dessa forma, privada de conhecer e reconhecer sua própria produção simbólica. Não cabe aqui detalhar os prejuízos decorrentes dessa prática, mas eles podem ser intuídos. Vão desde a fragilização da identidade nacional à inibição do surgimento de novas manifestações culturais e artísticas, vítimas da falta de reconhecimento público.

Segunda questão levantada pela definição de TV Pública aqui citada: pela primeira vez, na democracia brasileira, lê-se num documento oficial a expressão “rede de emissoras públicas”, fenômeno desconhecido no país, como já vimos. Embora o texto não avance no assunto, não deixa de ser significativo que tal empreendimento deixe de ser visto como fruto de iniciativas isoladas e venha a se congrega numa rede de emissoras, única forma capaz de dar sentido efetivamente nacional à TV Pública.

E quanto à circunstância da rede pública assegurar a prática da democracia, trata-se de algo auto-evidente. O histórico do modelo de televisão de mercado oferecido à sociedade brasileira estabeleceu uma forma de pensamento uniformizado, reproduzidor das idéias dominantes e disseminadas a partir dos centros do capitalismo global. Individualismo, consumismo, enfraquecimento do papel do Estado tornaram-se matrizes ideológicas da produção televisiva. A elas, no modelo hegemônico, não cabem alternativas. A saída, respeitado o jogo democrático, é a TV Pública. Cabe a ela, no dizer de Jay Blumler, professor emérito da Universidade de Leeds, desenvolver uma “ética da abrangência”, ou seja, procurar atender às expectativas de todo o tipo de público existente no raio de sua atuação. Para exemplificar essa idéia, o pesquisador britânico – ele foi diretor do Centro de Pesquisas de Televisão daquela universidade – contrapõe o modelo de televisão pública existente na Europa ao dos Estados Unidos. Segundo ele, este último pode ser definido como “uma ilha de bem-estar num mar de comercialismo”. Nos Estados Unidos – prossegue – seriados como Dallas são exclusivos da televisão comercial, enquanto recitais de ópera têm como veículo a televisão pública. O modelo europeu, por sua vez, procura “abranger” os dois públicos, daí a idéia da ética da abrangência.

Algo próximo do conceito de uma televisão generalista, fundamental para atender diferentes gostos e necessidades simbólicas.

Pela leitura de documentos produzidos em diferentes televisões europeias nota-se que seus fundadores as conceberam como instrumentos responsáveis por sustentar e renovar as características culturais básicas da sociedade, capazes de oferecer aos atores, músicos, escritores, teatrólogos e intelectuais de modo geral a oportunidade de disseminarem de forma ampla seu trabalho criativo. E de possibilitar aos ouvintes e telespectadores a oportunidade de acesso ao produto desses talentos.

O primeiro diretor-geral da BBC, o escocês John Reith, dizia que o objetivo do rádio era de "levar para dentro do maior número possível de lares tudo o que de melhor existe em cada parte do esforço e realização humana". Cerca de 50 anos depois, nos anos 1980, outro diretor da BBC, Aisdair Milne, afirmava: "o serviço público de rádio e televisão deve tornar o popular respeitável e o que é respeitável popular". Um belo desafio para os nossos produtores.

Mas vale a pena mencionar outras preocupações dessas emissoras. Elas têm em comum a obrigação de "despertar o público para idéias e gostos culturais menos familiares, ampliando mentes e horizontes, e talvez desafiando suposições existentes acerca da vida, da moralidade e da sociedade. A televisão pode, também, elevar a qualidade de vida do telespectador, em vez de puxá-lo para dentro do rotineiro". São idéias até hoje integradas em programas considerados, internacionalmente, de alta qualidade "concebidos como forma de capacitar o telespectador para uma enriquecedora experiência de vida", no dizer do professor Blumer.

E não estamos falando de programas elitistas ou maçantes, como alguns detratores da televisão pública gostam de rotulá-los. Prova disso são os índices de audiência. Em vários países da Europa, passada a maré privatista dos anos 1980, as televisões públicas seguem dividindo ao meio as audiências. É sempre bom lembrar que para as emissoras públicas a audiência não pode ser obsessão – como se dá com as emissoras comerciais –, mas também não pode ser desprezada, afinal trata-se do uso de dinheiro público que, em qualquer circunstância, deve ser bem aplicado.

Mas apenas para ilustrar, eis alguns números de audiência na Europa:

* Para esses países o ano de referência é 2002.

(1) dos quais 18% através dos canais "autônomicos" das principais províncias, transmitidos de modo terrestre.

(2) dos quais 10% pelo Channel 4.

Os dados são de 2003 e foram publicados no livro *La Télévision*, de Régine Chaniac e Jean Pierre Jézéquel, em 2005. Claro, para chegar a esses índices é indispensável uma boa e permanente fonte de recursos. Mas não só. No caso de uma TV Pública é fundamental também a sua independência em relação a interesses particularistas, sejam eles políticos, comerciais, religiosos. Vinculando-se a qualquer um deles, a TV Pública perde não só sua autonomia, mas também sua identidade. E o que é pior, sua credibilidade.

Cabe ressaltar a importância dessa independência para a questão central, dela decorrente: o conteúdo da programação. Afinal é ela a ponta final de todo o processo, aquilo que efetivamente chega à casa do telespectador.

Financiamento consistente e controle democrático são pressupostos básicos para a garantia de um conteúdo de qualidade. Conteúdo que, entre outras coisas, dê, por exemplo, um amplo espaço aos criadores brasileiros, espalhados por todo o país, e impedidos pelo oligopólio de mostrar o que fazem. Abrir para a experimentação e a criatividade deve ser a missão central da televisão pública, dando conta da diversidade cultural do país, fugindo do monopólio estabelecido pelo eixo Rio-São Paulo, como fazem as emissoras comerciais.

Mas vamos a algumas hipóteses mais concretas de programação, deixando de lado, ainda que brevemente, as generalidades. Poderia ser definida, por exemplo, uma faixa de programas musicais para as 20 horas, de segunda à sexta. A cada dia da semana esse horário seria preenchido por uma emissora pública de qualquer estado, capaz de produzir um musical de qualidade. Seria a grande oportunidade do brasileiro, finalmente, conhecer o que se faz em outros pontos do seu próprio país.

Outra hipótese seria a da rede tendo como missão dar ao público um cinema de bom nível, nacional e

estrangeiro, exibido sem intervalos. Algo que alguns canais a cabo já fazem para poucos privilegiados (menos de 10% da população brasileira). Para não falar da necessidade de uma programação infantil sedutora, com conteúdo educativo, mas sem loiras, prêmios ou merchandisings. E um jornalismo crítico e independente capaz de oferecer ao telespectador informações que o habilitem a tomar, ele próprio, suas decisões. O dono da verdade deve ser o público e não a emissora.

Com isso estaria sendo dada oportunidade ao público de experimentar e de se acostumar com o “biscoito fino”, no dizer de Oswald de Andrade. Sem conhecer o que é bom fica difícil exigir o melhor. O resultado de uma programação desse tipo seria não só de dar diretamente ao público o melhor da arte, da cultura e da informação existentes no país, mas também de levar a televisão comercial a rever seus padrões.

A TV pública cumprirá dessa forma um duplo papel positivo: oferecer ao seu telespectador uma programação de qualidade e, ao mesmo tempo, provocar mudanças para melhor na televisão comercial. Situações como essa justificam, sem muito esforço, os investimentos necessários para criar e manter uma rede pública de televisão, capaz de servir de referência de qualidade para todo o país.

Tentei traçar algumas das características do que considero um “tipo ideal” de TV Pública, apropriando-me sem muito pudor do instrumental teórico weberiano. Claro, algumas delas, aqui apresentadas, não se concretizarão. Outras, não mencionadas, farão parte do modelo. Isso não importa muito. O que realmente conta é a possibilidade concreta que o país tem, desta vez, de pôr fim ao apartheid televisivo existente desde quando a televisão por assinatura chegou por aqui. A televisão pública começará a cumprir sua missão quando se tornar a televisão paga dos que não podem pagar por ela. E eles são apenas cerca de 160 milhões de brasileiros, nossos conterrâneos.

Laurindo Lalo Leal Filho, é jornalista e sociólogo, professor da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo e do Programa de Pós-Graduação da Faculdade Cásper Líbero. Apresenta o programa VerTV, transmitido, entre outras emissoras, pelas TVs Câmara e Nacional de Brasília. Parte deste artigo foi apresentada na Mesa de Debate “Missão das TVs Públicas e perspectivas para o trabalho integrado” no I Fórum Nacional de TVs Públicas, realizado em Brasília em maio de 2007.

EDIÇÃO 91, AGO/SET, 2007, PÁGINAS 26, 27, 28, 29

[voltar](#)

Editora e Livraria Anita Garibaldi - CNPJ 96.337.019/0001-05

Rua Rego Freitas 192 - República - Centro - São Paulo - SP - Cep: 01220-010

Telefone: (11) 3129-4586 - **WhatsApp:** (11) 9.3466.3212 - **E-mail:** livraria@anitagaribaldi.com.br