

A TV PÚBLICA E SEUS INIMIGOS

Ângela Carrato*
(angelacarrato@uol.com.br)

Resumo: *A maior parte das chamadas TVs educativas e culturais no Brasil foi criada nas últimas duas décadas, período que coincide com a redemocratização do país. Apesar disso e dos propósitos de ênfase na educação, cultura e cidadania, estas emissoras ainda estão distantes de poder cumprir as propostas que lhes deram origem.*

O objetivo deste trabalho é, portanto, ao discutir os três maiores problemas enfrentados por estas emissoras, mostrar quem são seus inimigos e como agem. Este trabalho igualmente se propõe a apresentar alternativas para o efetivo envolvimento da comunidade na programação e financiamento de TVs efetivamente públicas, rompendo-se assim o ciclo de dependência em relação aos governos e mercado.

Palavras-chaves: *Televisão-Pública, educação, cultura e cidadania.*

* Mestre em Comunicação. Universidade de Brasília.

INTRODUÇÃO

No Brasil, não existe TV Pública.¹ A emissora que mais se aproxima deste modelo é a TV Cultura, de São Paulo, mantida pela Fundação Padre Anchieta. Em 1998, por iniciativa dos então dirigentes da TV Cultura e com apoio de quem estava à frente das TVs educativas em 19 estados, foi criada a Associação Brasileira das Emissoras Públicas, Educativas e Culturais (ABEPEC).²

Nestes sete anos de existência, a ABEPEC tem se dedicado a uma tarefa quase impossível: dar voz e vez ao segmento de emissoras que representa. Emissoras que, diga-se, possuem em comum apenas o fato de não se pautarem pela lógica das TVs comerciais e, ao mesmo tempo, enfrentarem todo tipo de problema para sobreviver.

Das 20 emissoras que integram a ABEPEC, a maioria não possui ordenamento jurídico compatível com sua função, enfrenta problemas trabalhistas sérios, conta com orçamento insuficiente para fazer face a suas atividades e não dispõe de recursos para investir em novos formatos de programas e nem em tecnologia digital.

Como, nos campos político, econômico, cultural e social aconteceram avanços significativos no país, a exemplo das eleições diretas em todos os níveis e do fim da censura estatal à imprensa, era de se esperar que progressos também tivessem ocorrido no que diz respeito à mídia, em especial à mídia televisiva voltada para a educação e a cultura, as chamadas TVs públicas que, no Brasil, acabaram sendo acomodadas sob o impreciso e vago rótulo de “emissoras educativas e culturais”. A realidade, no entanto, aponta para direção oposta.

A situação destas emissoras nunca foi tão dramática. E o mais grave é que a maioria dessas emissoras está agonizando em meio a um boicote difícil de ser percebido e rompido. Boicote que começa pelos próprios governos às quais estão vinculadas, passa pelas TVs comerciais, anunciantes e agências de publicidade e envolve até setores que deveriam ser seus mais fiéis aliados, como os sindicatos e os seus próprios funcionários.

O curioso neste processo é que nenhum desses setores assume publicamente qualquer crítica mais significativa ao modelo de TV cultural e educativa em vigor no país e, menos ainda, apresenta proposta efetiva para torná-lo viável. Razão pela qual não só cabe como é pertinente perguntar: quem, no Brasil dos dias atuais, tem medo das TVs educativas e

culturais? Ou, dito de outra forma, quem tem medo da TV pública? Afinal, tamanho silêncio indica que, no fundo, todos estes setores reconhecem o poder que esse tipo de emissora confere à cidadania e não medem esforços para manter o assunto o mais distante possível da pauta de interesse da sociedade.

O CONCEITO DE TV PÚBLICA

Existem vários modelos de TVs públicas no mundo. Dentre eles, os mais destacados e conhecidos são o da inglesa BBC, o da norte-americana PBS e o da japonesa NHK. Especificidades à parte, os três guardam em comum o fato destas emissoras serem financiadas com o dinheiro do contribuinte (pessoa física ou jurídica) e de suas programações não sofrerem cerceamento por parte do governo destes países.³

Engana-se, porém, quem acredita que a história destas emissoras seja um verdadeiro mar de rosas. Todas, em maior ou menor grau, enfrentaram problemas ao longo do tempo, mas é importante destacar que conseguiram vencê-los e saíram fortalecidas. Dois exemplos recentes são significativos.

Durante a guerra das Malvinas, a ex-primeira ministra inglesa, Margareth Thatcher, não mediu esforços para tentar impor censura às informações sobre o conflito, em especial quando envolviam baixas e derrotas para os soldados ingleses. Graças à resistência dos dirigentes e dos jornalistas da emissora, somados à parcela mais esclarecida da opinião pública, as tentativas de Thatcher fracassaram. Também o atual primeiro-ministro, Tony Blair, de forma menos ostensiva, não tem medido esforços para “enquadrar” a BBC, em especial no que se refere às informações envolvendo conflitos no Oriente Médio e a guerra do Iraque. Apesar do noticiário da BBC ter enfrentados questionamentos, estes não abalaram a confiança dos telespectadores na emissora.⁴

Já a PBS norte-americana deu um verdadeiro exemplo de seriedade e de profissionalismo ao cobrir a eleição presidencial de 2004. Enquanto emissoras comerciais, em sua maioria esmagadora, posicionavam-se, ostensivamente ao lado da candidatura de George W. Bush à reeleição, a PBS esmerou-se em cobrir, passo a passo, toda a campanha, em especial os últimos 15 dias, quando os institutos de pesquisa apontavam para um empate técnico entre

o republicano Bush e o democrata John Kerry. É consenso para os estudiosos e a parcela mais esclarecida da opinião pública norte-americana que a melhor cobertura da campanha presidencial nos Estados Unidos foi a realizada pela PBS. Esta seriedade e independência garantem o sucesso das campanhas semestrais que a emissora realiza visando levantar fundos para seu custeio.⁵

No Brasil, em que pese a recente experiência acumulada de quatro eleições presidenciais, do mesmo número de eleições para governadores de estado e integrantes do Congresso Nacional, é impossível se dizer o mesmo. Em maior ou menor grau, todas as emissoras educativas e culturais, aqui incluindo-se a TV Cultura, a TVE Brasil (RJ) e as emissoras de TV da Radiobrás, enfrentaram e ainda enfrentam problemas com os governos que as controlam. É óbvio que a presença de um dirigente politicamente mais aberto, mais consciente de seu dever para com o interesse público e menos apegado ao cargo faz diferença, mas não é suficiente para alterar esta realidade.

Exatamente num momento em que setores da sociedade, a exemplo do Movimento dos Sem Terra (MST) e da Defesa dos Consumidores estão avaliando os avanços alcançados e pensando em estratégias para o futuro, é essencial que o mesmo seja feito em se tratando de uma área vital para a democracia e a cidadania como o segmento das TVs públicas, educativas e culturais.

TVs COMERCIAIS E TVs NÃO COMERCIAIS

No Brasil, a TV já nasceu comercial. É um modelo comercial que praticamente não possuía nenhuma das virtudes tradicionalmente destacadas neste tipo de atividade.⁶ A história da TV em nosso país dá grande destaque ao pioneirismo de Assis Chateaubriand, mas é extremamente evasiva no que se refere aos interesses econômicos que motivaram a iniciativa. Vale dizer: enquanto na Europa e mesmo nos Estados Unidos em primeiro lugar estavam os telespectadores, entendidos como cidadãos, entre nós, desde o começo os telespectadores foram considerados apenas consumidores e tratados como tal. A diferença é considerável.

Em seu desenvolvimento, o modelo de TV adotado no Brasil seguiu de perto o norte-americano, baseado no financiamento da programação mediante inserções comerciais. Neste sentido, distingue-se, totalmente, do modelo europeu que vigorou até meados da década de 70 do século passado, quando as principais emissoras do Velho Continente eram estatais e nas quais se proibiam veiculações publicitárias.

Mas se a TV comercial surge em meados da década de 1950, só 14 anos depois entra no ar, em Pernambuco, a primeira emissora educativa. Entre 1967 e 1974, surgiram nove emissoras educativas, cujas origens e vinculações eram as mais diversas. Em 1972, em plena ditadura militar, é criado, pelo ministério da Educação, o Programa Nacional de Teleducação, cujo objetivo era coordenar as atividades de teleducação no país.⁷

Se dependesse dos dirigentes das TVs comerciais e da maioria dos governantes, a TV educativa continuaria até os dias de hoje exibindo apenas os enfadonhos telecursos que as caracterizaram nos primeiros tempos e com um sinal extremamente fraco, mal ultrapassando os limites do município em que localizava-se. Esta situação só começa a mudar a partir de 1988, quando as TVs educativas conseguem, através de decreto, permissão para expandirem seu sinal e quando as diversas modalidades de emissoras passam a ser tema de discussão durante os trabalhos da Assembléia Nacional Constituinte. Enquanto, nas TVs educativas, os avanços, quando aconteciam, se davam a passos de tartaruga, os avanços na TV comercial no Brasil batiam todos os recordes, devidamente apoiados e estimulados pelo poder público.⁸

As comemorações envolvendo os 40 anos da Rede Globo dão uma idéia bastante precisa sobre a velocidade destas mudanças, especialmente no que se refere aos quesitos equipamentos, competência técnica, qualidade de produção e abrangência de cobertura do território nacional.⁹ Como se sabe, a TV está presente em praticamente todos os lares brasileiros, aumentando ainda mais o poder desta mídia.¹⁰

Este poder, no entanto, está longe de qualquer compromisso efetivo com os interesses da maioria da população, seja em termos de conteúdos da programação, seja no que se refere a um telejornalismo minimamente pautado pelas características do que é realizado numa BBC ou PBS.

Como explicar que, em alguns aspectos, o Brasil possua uma televisão comercial de Primeiro Mundo e, quando se trata das TVs educativas e culturais, a cargo do Estado, o

modelo pareça regredir décadas? Será mero acaso os governos se orgulharem tanto das TVs comerciais brasileiras e praticamente não tomarem conhecimento (exceto no que se refere ao noticiário) das TVs mantidas pelo Estado?

A resposta obviamente é não. O que pode parecer contraditório para os menos avisados é, na realidade, uma política deliberada, meticulosamente executada com o objetivo de não criar problemas com o poderoso *lobby* das emissoras comerciais, capitaneado pela Rede Globo. Independente da coloração partidária, entra governo, sai governo, esta realidade permanece imutável. Todos os governantes querem estar bem com a face mais explícita do que se convencionou chamar de “quarto poder”.

As estreitas ligações do então presidente José Sarney com as emissoras de TV comerciais, em especial a Rede Globo, são por demais conhecidas.¹¹ Razão pela qual não se esperava muito de seu governo. Nos dois mandatos do sociólogo e professor Fernando Henrique Cardoso não aconteceu qualquer avanço que mereça registro. Ao contrário. Quando ministro das Comunicações, Pimenta da Veiga promoveu um verdadeiro festival de concessões de canais de TVs “educativas” para políticos situacionistas e aliados da base eleitoral, em detrimento de movimentos comunitários e sociais.

E se os mais diversos setores da população já estavam escaldados com este tipo de prática, a vitória do ex-metalúrgico e ex-sindicalista Luiz Inácio Lula da Silva renovou as esperanças dos que lutam pela democratização da mídia televisiva no Brasil. Esperanças que tinham razões concretas de ser. Nas eleições anteriores que disputou, Lula sentiu na pele o poder das emissoras comerciais de TV, em especial da Rede Globo.¹² Some-se a isso que de seu programa de governo constava a destinação de 1% da verba publicitária oficial para as TVs educativas e culturais. Pela primeira vez na história política brasileira, algo assim era mencionado e proposto.

O presidente Lula já ultrapassa metade de seu mandato e nenhum movimento no sentido de se cumprir tal promessa foi feito. Não tem faltado, aliás, entre seus assessores mais próximos, quem tente desdizer o que ele disse ou mesmo dar outra interpretação a esta promessa.¹³

O mais grave é que essa situação transcorre cercada do mais amplo silêncio, uma vez que à mídia comercial não interessa que este assunto venha a público e nas TVs educativas e culturais não há espaço político para abordagens nesta linha. Aliás, a mídia comercial que

se gaba de tratar de todos os assuntos, faz questão de desconhecer, solenemente, tudo o que diz respeito à própria mídia, exceto os temas ligados às frivolidades. Haja vista o que é publicado nas chamadas colunas sobre TV dos principais jornais e revistas do país.¹⁴

Assim, enquanto estudiosos da comunicação insistem em afirmar que, na contemporaneidade, a mídia se transformou no espaço público por excelência, numa espécie de ágora moderna, no Brasil, os detentores da mídia comercial insistem em manter as questões que dizem respeito ao tema fora do alcance da sociedade.

O cidadão, pela ótica dos detentores da mídia comercial, têm todo o direito de saber tudo sobre tudo, exceto o que se refere à própria mídia. E se os proprietários da mídia impressa alegam tal direito (discutível, é claro) por constituírem-se em empresas privadas, o mesmo não se aplica à mídia eletrônica, uma vez que se trata de concessão que recebem do poder público, em última instância, da própria cidadania que insistem em desconhecer.

O resultado é uma cadeia de problemas difícil de ser rompida. Cadeia que começa nos orçamentos insuficientes das emissoras públicas, educativas e culturais, que leva a uma qualidade precária da programação que exibem que, por sua vez, não atrai grandes audiências que, em consequência, não estimula possíveis apoiadores e nem pressiona os governos por orçamentos mais adequados. Moral da história: as emissoras públicas, educativas e culturais continuam confinadas a um espaço de influência social mínimo e, toda vez que esta cadeia tende a ser rompida, entram em cena as mais diversas pressões para que tudo permaneça como está. Como estas cenas, ao contrário do que se faz na TV, não são visíveis, limitando-se a articulações de bastidores, é importante que, em algum momento, possam ganhar a luz.

ELOS FORTES E ELOS FRACOS

Para uma emissora educativa e cultural, o seu elo mais forte é com o telespectador, entendido como cidadão. Mesmo ainda não existindo um código de ética específico para essas emissoras, a experiência acumulada pela maioria delas, a começar pela TV Cultura de São Paulo, já possibilita que algumas atitudes básicas sejam adotadas por quase todas as integrantes da ABEPEC.

Entre estas atitudes destacam-se: 1-) nos telejornais, a ênfase no chamado jornalismo público, voltado para a promoção e o respeito à cidadania;¹⁵ 2-) na programação, a prioridade ao conhecimento, à educação, cultura e lazer. As emissoras educativas e culturais igualmente valorizam a interprogramação (os chamados intervalos comerciais nas demais emissoras), através de campanhas educativas, com destaque para a organização e mobilização dos mais diversos setores populares. As emissoras educativas não admitem publicidade de drogas, entendidas como cigarros, bebidas alcoólicas e remédios.

O resultado do compromisso com o telespectador não demorou a surtir efeito. A TV Cultura passou a ter, do início da década de 1980 até meados da década seguinte, uma programação, especialmente infantil e documentários, merecedora dos maiores elogios de público e da crítica, além de receber vários prêmios internacionais.

A independência de sua programação era acompanhada pelos telejornais que, em nada, lembravam os noticiosos “chapa branca” que sempre caracterizaram as emissoras mantidas pelo governo no Brasil.¹⁶

Tamanha independência por parte da emissora acabou levando-a a atritos com vários governadores de São Paulo. Atritos que variaram desde a truculência de um Paulo Maluf que tentou destituir o presidente da Fundação Padre Anchieta (que mantém a TV Cultura) e foi barrado pela Justiça, passando pelas ironias de Mário Covas (“sou o único governador que paga as contas de uma TV na qual ele não manda”), até desembocar nas recentes pressões econômicas de Geraldo Alkimin sobre a emissora.

Como o governador de São Paulo não tem poder para destituir o presidente da Fundação Padre Anchieta, que é eleito pelos conselheiros da Fundação e tem mandato definido, a forma encontrada para pressioná-la tem sido através do não repasse de recursos, mesmo que devidos. É exatamente neste ponto que reside a fragilidade do “modelo brasileiro” de TV pública.

A saída encontrada pela Fundação Padre Anchieta para romper o cerco econômico a que foi submetida se deu através de uma “solução negociada”, que acabou levando à estranha fórmula de uma mesma entidade com dois presidentes, um para o conselho de representantes e, outro, executivo.¹⁷

A mais recente queda de braços da TV Cultura com o Governo de São Paulo, cujo ápice se deu em meados do ano passado, deixou graves sequelas na emissora. A mais visível foi a perda de qualidade de sua programação, que passou a limitar-se à exibição de desenhos infantis praticamente o dia inteiro. Apenas parte da programação noturna foi preservada, com a qualidade de um dos carros-chefes da emissora, o “Jornal da Cultura”, seriamente comprometida. Some-se a isso que a emissora perdeu bons profissionais e viu seus índices de audiências quase encostarem no zero.¹⁸

O presidente-executivo da TV Cultura, Marcos Mendonça, tem orientado seu trabalho em busca de auto-suficiência para a emissora. O que isso significa? Mesmo sendo uma TV pública, ela está longe da autonomia que o título deveria lhe conferir. Em outras palavras, a emissora terá que encontrar meios de se manter, em que pese limitações legais envolvendo a divulgação de publicidade e também as pressões (algumas sutis e outras nem tanto) do próprio governo estadual e mesmo das demais emissoras concorrentes.

É curioso observar o silêncio da mídia brasileira e paulista em torno da crise da TV Cultura. Silêncio quebrado unicamente pelo jornal O Estado de S. Paulo e pela revista Carta Capital, coincidentemente dois veículos que não possuem emissoras de TV. Nos demais, o assunto, quando tratado, era feito de forma extremamente superficial e sempre de maneira negativa para a TV Cultura.¹⁹

A crise da TV Cultura teve, ainda, outros níveis de desdobramentos. Por ser a maior produtora de conteúdo da chamada “rede pública de televisão” do país,²⁰ a redução do número de programas exibidos bem como a excessiva repetição que passou a caracterizar sua grade de programação atingiu as demais 19 emissoras que integram a ABEPEC, exigindo delas uma série de providências.

As emissoras maiores e com melhores condições de produção, a exemplo das TVs Educativas de Minas Gerais, Rio Grande do Sul, Bahia e Pará, buscaram ampliar regionalmente sua produção. As menores, a exemplo das TVs Univesitárias do Espírito Santo e de Santa Catarina, tiveram que se conformar com a precariedade da situação,

assumindo para si o desgaste da TV Cultura e de tudo o que atende pelo nome de público neste país.

O aumento no volume de horas de programação própria regional de uma emissora educativa, acompanhado pela melhoria significativa de qualidade do seu conteúdo seria motivo de comemoração em qualquer emissora do mundo, menos em Minas Gerais. Ele foi o início dos muitos problemas que a Fundação TV Minas Cultural e Educativa (Rede Minas) passou a enfrentar a partir de 2004, tanto junto ao governo do Estado, ao qual pertence, como junto às demais emissoras, anunciantes e agências de publicidade do Estado.

Em pouco mais de um ano, a então direção da Rede Minas conseguiu dobrar as suas horas diárias de programação própria, passando de sete para 14 horas. Isto só foi possível, porque havia uma capacidade técnica instalada ociosa e também ociosidade de mão de obra especializada na emissora.

A nova grade de programação agradou em cheio aos telespectadores, mas passou a ser motivo de preocupação para as emissoras concorrentes. É importante destacar que as demais emissoras de TV em Minas produzem apenas entre duas horas e três horas diárias de programação local própria. O restante é ocupado com programas de rede nacional. Por isso, o simples fato de uma emissora educativa (de propriedade do Governo do Estado) teimar em permanecer 24 horas no ar sendo que dessas, 14 com programação própria diária passou a incomodar e muito. Incomodou tanto que as pressões não demoraram a surgir. A primeira providência do Governo do Estado, para tentar acalmar as TVs comerciais foi encurtar ao máximo o orçamento de sua emissora, levando-a a intensificar a busca por apoios culturais (patrocínios para programas e veiculações de institucionais) junto à iniciativa privada.

Num primeiro momento, parte da iniciativa privada reagiu bem à proposta e chegou a responder com entusiasmo. Em poucos meses, no entanto, o entusiasmo deu lugar a um inesperado distanciamento, seguido de pedidos de anuência que a emissora deveria obter do próprio Governo para que pudessem apoiá-la. É desnecessário dizer que esses pedidos jamais foram respondidos positivamente pelo Governo que, agindo assim, canibalizava a sua emissora. Detalhe: muitas das iniciativas propostas pela TV Minas foram viabilizadas

por instâncias indevidas do próprio Governo de Minas. Razão pela qual utilizo o termo canibalização.²¹

Outro aspecto que vale ressaltar é que se parte dos anunciantes só apoiavam a Rede Minas se tivessem o sinal verde do governo, a outra parte mostrava-se intransigente, pois considerava que o dever de bancar a TV educativa regional era do Governo e não de anunciantes.

Como se esses problemas não bastassem, alguns representantes da mídia local (que possuem emissoras de TV) partiram para questionar, através de matérias e “notinhas” maldosas em colunas sociais, se uma TV educativa poderia ter publicidade. Nenhum desses veículos lembrou-se de cobrar do Governo o que seria seu dever: custear as despesas básicas de uma emissora estatal, cultural e educativa.

EM BUSCA DAS SAÍDAS POSSÍVEIS

Os problemas experimentados pelas emissoras educativas e culturais no Brasil são praticamente os mesmos e podem ser agrupados em três níveis: ordenamento jurídico, qualidade de sua programação e custeio. Esses três níveis acabam se interpenetrando, de tal maneira, que os problemas em um deles refletem nos demais. Motivo pelo qual precisam ser enfrentados em conjunto.

Não falta, entre dirigentes e funcionários das emissoras educativas e culturais, quem acredite que as chances de mudanças significativas na atual conjuntura são poucas. A título de exemplo, citam o recuo do Governo Federal no que se refere à criação das TVs Públicas Municipais, cujo decreto neste sentido teve existência de apenas 50 dias.²² O recuo, mais uma vez, é atribuído às pressões das emissoras de TVs comerciais.

Não compartilho deste ponto de vista. Acredito que o momento seja dos mais oportunos para uma articulação da magnitude que esta demanda, especialmente quando se sabe que o Governo Federal começa a discutir, internamente, o anteprojeto de Lei Geral das Comunicações, que deverá ser enviado ao Congresso Nacional.

Em 2006 haverá eleição para presidente da República, governos dos Estados, Congresso Nacional e Assembléias Legislativas. Como nenhum político que esteja nestes cargos quer

criar atrito, atendendo a todas as pressões dos *lobbies* das TVs comerciais, de olho na própria reeleição ou num cargo mais alto do que o ocupado no momento, a estratégia mais acertada pelos que defendem as TVs públicas é partir para fazer as cobranças pertinentes ao setor o mais rápido possível. É essencial, também, que os mais diversos segmentos da opinião pública sejam envolvidos nesta luta. Aliás, esta luta, para ter eficácia, precisa ser suprapartidária e incluir setores que, até o momento, se mantiveram à parte do processo, como os sindicatos de profissionais liberais e dos que atuam na área da informação, jornalismo e comunicação, além do próprio mundo acadêmico.

É fundamental, igualmente, que os sindicatos de profissionais tenham consciência de que o papel que lhes cabe neste processo ultrapassa, em muito, os contornos específicos de sua categoria ou o da mera luta envolvendo apenas piso salarial. Mais ainda: é fundamental que percebam que uma remuneração adequada é parte desta luta maior e não o contrário.

No que diz respeito ao mundo acadêmico, ele precisa voltar a alargar suas fronteiras, passando a refletir e a agir sobre uma realidade ainda pouco conhecida e estudada como é a das TVs públicas, educativas e culturais em nosso país.

Exemplo concreto da ausência destes estudos e reflexões diz respeito às soluções apresentadas pela academia toda vez que a realidade destas emissoras é invocada: nomeação de conselho curador para estas fundações e criação de conselhos populares de programação.

A existência de conselhos curadores deveria ser regra em todas as instituições públicas, uma vez que tem o papel de aprovar diretrizes maiores para a entidade, bem como suas contas. A simples existência destes conselhos, no entanto, não é garantia de tranquilidade para nenhuma instituição. A Fundação Padre Anchieta é o melhor exemplo. Ela possui um conselho curador com 60 representantes, que não teve meios para conter o esvaziamento econômico e financeiro a que a instituição foi submetida.

Quanto à criação dos conselhos populares de programação, que teriam por tarefa definir os formatos dos programas e serem produzidos e exibidos pelas emissoras públicas, educativas e culturais, sou de opinião que eles poderiam ter uma tarefa auxiliar neste sentido, nunca definitiva. A título de exemplo, da mesma forma que seria absurdo atribuir a um conselho de pacientes a definição sobre o melhor tratamento a lhes ser ministrado, não é razoável que

se espere que os telespectadores definam formatos e demais inovações na grade de programação de uma emissora.

O risco de absurdos destes acontecerem, num país como o Brasil, no entanto, é grande. Mesmo com um ensino de comunicação e mídia consolidado há mais de cinco décadas, a maioria da população continua agindo, nesta área, como em véspera de jogo da seleção brasileira de futebol: todos acreditam saber qual é a melhor escalação para se vencer o adversário. Dito de outra forma: todos acham que sabem tudo sobre futebol e comunicação.

O mundo acadêmico poderia, por outro lado, dar uma enorme contribuição para as emissoras educativas e culturais, se criasse disciplinas nos cursos de jornalismo, televisão e publicidade nas quais fossem discutidos aspectos essenciais para essas emissoras como jornalismo público, a publicidade voltada para o interesse do cidadão e toda uma linha de programação que não estivesse tão calcada no sensacionalismo das TVs comerciais.

A preocupação se justifica, uma vez que os futuros profissionais das TVs públicas, educativas e culturais são formados por estas instituições, que acabam repetindo os modelos de programação dominantes.

Na situação atual, o mundo acadêmico cobra das TVs educativas e culturais a pesquisa por novos modelos de programação. Estas emissoras, sem recursos humanos e materiais, devolvem a cobrança para o mundo acadêmico e não se sai do lugar. Não seria o momento destas instituições darem as mãos? Neste sentido, cabe perguntar, qual o grau de profundidade no relacionamento entre a USP e a TV Cultura, por exemplo? Ou entre a UFMG e a TV Minas? Será que a simples existência de TVs universitárias é resposta suficiente?

A primeira etapa desta luta, a ser vencida, diz respeito à necessidade imediata, vital, de que haja mobilização da sociedade em prol da mudança no ordenamento jurídico das TVs educativas e culturais no país. Elas não podem continuar submetidas ao interesses dos governantes de plantão. Se vão continuar como fundações ou se o melhor caminho a ser seguido por elas é a transformação em organizações sociais de interesse público (OSIPs) caberá a cada comunidade responder, observando sua história, peculiaridades e grau de mobilização.

O outro aspecto igualmente essencial a ser equacionado, nestas emissoras, refere-se ao seu custeio. Sempre atormentada com a elevada carga tributária vigente no país, a população brasileira mostra-se contrária à criação de qualquer novo imposto, mesmo que seja para a causa mais nobre do mundo. Este é o motivo pelo qual não prosperou a proposta da TV Cultura de cobrar R\$ 1,00 na conta de luz de todos os usuários deste serviço no Estado de São Paulo. O recurso seria destinado à Fundação Padre Anchieta e integraria o orçamento da emissora.

Em que pese a proposta ter sido mal recebida, acredito que ela poderá ser retomada, desde que cercada de uma série de cuidados. O primeiro deles envolveria uma campanha de esclarecimento público sobre o assunto, seguido pela absoluta transparência na prestação de contas sobre os valores obtidos. Seria extremamente difícil uma família posicionar-se contra um imposto assim, se fosse informada que é com ele que a emissora pôde retomar as gravações do Castelo Rá-Tim-Bum²³ ou realizou um programa voltado para os jovens.

Um imposto nestes moldes teria, ainda, a função de promover o envolvimento de parcela expressiva da população em uma temática que ela desconhece ou observa muito de longe, em que pese as relações sociais estarem mais mediatizadas do que nunca.

CONCLUSÃO

Discutir a realidade das TVs Públicas, Educativas e Culturais no Brasil não é assunto de interesse apenas para quem atua nestas emissoras e, menos ainda, dos políticos em geral. A discussão envolvendo este tópico coloca o dedo num aspecto essencial para democratizar a relação do poder público com a sociedade. Motivo pelo qual o adversário imediato destas emissoras tem sido exatamente os governos e não, como se pode pensar à primeira vista, as emissoras comerciais.

Dependeria dos governos (estadual e federal) criar mecanismos para viabilizar estas emissoras, como, igualmente, dotar-lhe de recursos para que pudessem cumprir a contento a missão que lhes foi atribuída. E se isso não acontece, é porque os governos (independente de coloração partidária) querem evitar atritos com o poderoso *lobby* das TVs comerciais ou até mesmo integram estes lobbies.

A história das TVs educativas e culturais no Brasil mostra, por outro lado, que estas emissoras só conseguiram avanços a custo de muita pressão. A mesma pressão que precisa ser retomada, com urgência, nos dias atuais. E não há época melhor do que um ano pré-eleitoral.

NOTAS

- 1- Por TV pública entende-se a que possui autonomia política e financeira. Vale dizer: seus dirigentes possuem mandato definido e não podem ser substituídos dependendo dos interesses do governante de plantão e a emissora conta com orçamento próprio, definido por lei. Talvez o melhor e mais conhecido exemplo de TV pública no mundo seja a da inglesa BBC.
- 2- A ABEPEC é uma entidade jurídica de direito privado, sem fins lucrativos, e que congrega as 20 emissoras geradoras estaduais de caráter educativo, cultural, não comercial. Para efeito deste trabalho, nos reportaremos exclusivamente a estas emissoras e às suas redes regionais, quando existirem. Mais informações sobre a ABEPEC, consultar o site: www.abepec.com.br
- 3- Um relato sobre estas emissoras está em “O Desafio da TV Pública. Uma reflexão sobre sustentabilidade e qualidade.” Organização de Beth Carmona, Rio de Janeiro, TVE Rede Brasil, 2003, pp. 20 a 40.
- 4- Em outubro de 2004, os principais jornais brasileiros deram destaque para a cobertura dos problemas que a BBC estava enfrentando com o governo inglês. O noticiário destes jornais, em especial a Folha de S, Paulo, está longe de poder ser considerado imparcial.
- 5- Tive oportunidade de acompanhar, de perto, esta cobertura, pois estava nos Estados Unidos no mês que antecedeu às eleições de novembro de 2004.
- 6- A TV comercial no Brasil jamais levou em conta aspectos como ênfase na concorrência, manter-se sem recursos oficiais e distante do jogo de interesses do Estado e de seus ocupantes. Para um aprofundamento sobre o assunto, consultar: Moraes, Fernando. Chatô, o Rei do Brasil. São Paulo, Cia das Letras, 1994 e Herz, Daniel. A História Secreta da Rede Globo, Porto Alegre, Tchê, 1987.
- 7- O assunto é abordado, em detalhes, no já citado, “O Desafio da TV Pública”, p.56
- 8- Ver o já citado “A História Secreta da Rede Globo”.
- 9- A Rede Globo é a primeira a alardear estas conquistas, transformando-as em informação divulgada pela emissora durante todo o mês de abril e começo de maio de 2005.

- 10- A TV está presente em 95% dos lares brasileiros, ao passo que menos de 10% da população tem acesso aos jornais . A TV por assinatura atinge um total de apenas 3,6 milhões de assinantes no país. Fonte: A Indústria da Comunicação no Brasil, publicação da Associação Brasileira das Agências de Publicidade (ABAP).
- 11- Para uma relação dos políticos que possuem concessão de canais de TV, consultar o site da Federação nacional dos Jornalistas . WWW. Fenaj.org.br
- 12- Para um aprofundamento sobre o tema ver : Neto, Antônio Fausto. “Telejornais e a Produção da Política: Estratégias Discursivas e as Eleições Presidenciais de 1994.” In Mouillaud, Maurice e Porto, Sérgio Dayrell (orgs.). *O Jornal, Da Forma Ao Sentido. Brasília, Paralelo 15, 1997.*
- 13- Foi o que tentou, a título de exemplo, o sub-secretário de Comunicação da Presidência da República, Marcus Flora, durante seminário realizado pela revista Pay-TV, em São Paulo, em junho de 2004.
- 14- Jornais como Folha de S. Paulo, Estado de S. Paulo e O Globo possuem colunas diárias sobre TV. Só que elas limitam-se às fofocas, resumos das novelas do dia anterior e à divulgação de informações sobre estréias no setor. Sobre a TV enquanto mídia, poder e um dos pilares da sociedade contemporânea, praticamente nada é publicado.
- 15- A TV Cultura elaborou um Manual do Jornalismo Público, que já serve de referência interna e para várias emissoras da ABEPEC. Este manual deve ser lançado, para o público, ainda em 2005.
- 16- Por noticiário “chapa branca”, entenda-se aquele que só divulga o lado oficial, do poder.
- 17- Depois de uma crise que se arrastou por todo o ano de 2004, chegou-se a uma solução de compromisso. O então presidente da Fundação Padre Anchieta, Jorge Cunha Lima, passou a ser o presidente do Conselho de Representantes da emissora. Criou-se o cargo de presidente-executivo para a Fundação, para o qual foi nomeado Marcos Mendonça, ex-secretário de Estado da Cultura de São Paulo, indicado pelo governador Geraldo Alkmin.
- 18- Sempre de olho nos índices de audiência, as TVs comerciais são extremamente ágeis para tomar decisões de importância envolvendo sua programação e seu futuro. Já nas TVs educativas e culturais, o governo não parece ter nenhum pressa. A crise da TV Cultura levou mais de um ano para começar a ser equacionada. A Rede Minas está com um presidente interino desde o início de fevereiro de 2005. A ausência de decisões compromete o futuro destas emissoras aos olhos dos telespectadores.
- 19- Das revistas semanais de informação no Brasil, a única que faz uma cobertura sistemática sobre mídia é “Carta Capital”. Ver, em especial, a edição nº 326, de 26 e janeiro de 2005, que tem como matéria de capa “ Todos os Súditos da Rede Globo. O Governo não resiste às pressões da emissora, esvazia a Ancinav e perde mais uma vez a chance de regular os meios de comunicação”.
- 20- A Rede Pública de Televisão (RPTV) é constituída de faixas de programação exibidas, em tempo real, por todas as emissoras que integram a ABEPEC. Atualmente, a RPTV conta com 26 horas semanais, em que são exibidos desenhos infantis, documentários, shows e telejornais.
- 21- Aparentemente, um processo assim de canibalização não tem lógica. Afinal, é o governo jogando contra uma fundação do próprio governo. Quando se observa com cuidado, a lógica aparece: tudo é feito para não desagradar as emissoras de TVs comerciais, que não aceitam que o Governo invista numa emissora

que não opera dentro da lógica comercial e que, por definição, combate o processo de concentração de propriedade na TV, a mercantilização da programação e da cultura.

- 22-** “TVs Comerciais continuam dando as cartas”. Editorial do Jornal Pauta, órgão oficial do Sindicato dos Jornalistas Profissionais de Minas Gerais, nº 152, abril de 2005, p.02.