

Há público para uma TV pública?

Governo define, neste mês, criação de nova rede de televisão | CARLOS HAAG

Eu acho televisão uma coisa muito educativa. Toda vez que alguém liga um aparelho, eu vou para a sala ao lado ler um livro.” A frase, de Groucho Marx, soa como um desafio ao lançamento, no início de dezembro, da TV pública, programada para entrar no ar com as primeiras transmissões da TV digital. Neste mês ou no próximo, o governo deve enviar ao Congresso uma medida provisória ou um projeto de lei determinando a criação da nova rede, que, segundo o ministro-chefe da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, Franklin Martins, deverá contar com um orçamento de R\$ 350 milhões. “Deus me deu o segundo mandato para fazer coisas novas e uma delas é a TV pública”, afirmou o presidente Lula, para quem a nova TV será o início de um “PAC (Programa de Aceleração do Crescimento) cultural”. Segundo o presidente, “hoje, em nenhum estado brasileiro, com raras exceções, você tem um programa de debate”. Ele, porém, avisa que “nós não queremos TV chapa-branca, porque ela se desmoraliza por ela mesma, não duraria três meses. Não é uma coisa para falar bem ou mal do governo, é para informar”.

Qual o formato da TV pública ainda permanece um mistério (há possibilidade de que as TVEs existentes sejam reunidas numa rede, servindo como “embrião” da nova TV), há muita con-

fusão entre “TV pública” e “TV estatal” e tampouco se sabe como a rede será financiada e qual será o seu direcionamento. Há mesmo dilemas técnicos: não existe “espaço” no espectro eletromagnético da radiodifusão para se criar canais públicos com transmissão digital em São Paulo. “Caso o processo de transformação do modo analógico se iniciasse hoje, eles estariam fora”, afirma a superintendência da Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel), já que durante o processo de migração cada canal vai ocupar o espaço de dois canais, o já existente, analógico, e o novo, digital. De certo há apenas declarações de Martins, assegurando que seguirá alguns pontos da “Carta de Brasília”, documento com recomendações e propostas resultante do Primeiro Fórum Nacional de TVs Públicas, realizado em maio de 2006. A carta prevê uma “nova rede pública organizada pelo governo federal que deve ampliar e fortalecer, de maneira horizontal, as redes educativas públicas já existentes”. O documento insiste que “a nova rede deve ser independente e autônoma em relação ao mercado, devendo ter seu financiamento em fontes múltiplas, com a participação significativa de orçamentos públicos”. Sua missão seria complementar a programação da TV comercial, aberta ou a cabo, “contemplando a produção regional, fomentando a produção independente e se destacando pelo estímulo à produção de con-

teúdos digitais de qualidade elevada, interativos e inovadores”.

“No Brasil, a idéia de serviços públicos de radiodifusão foi sempre subordinada ao modelo comercial”, analisa o sociólogo Laurindo Leal Filho, membro do conselho de profissionais reunidos para idealizar a TV pública. A primeira iniciativa do gênero ocorreu em 1923, quando Roquete Pinto criou a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, cuja função seria “levar a todos os lares o conforto moral da ciência e da arte pelo rádio”. Por alguns meses, o brasileiro antecipou-se à criação da BBC britânica, nascida sob o mesmo espírito, mas financiada por uma licença paga pelos ouvintes, o que lhe garantia independência financeira. “No Brasil deu-se o contrário: o modelo sucumbiu ao comércio e, em 1932, o governo autorizou as emissoras a ocuparem 10% de suas programações com anúncios. Vargas, embora centralizador, tinha que compor com o capital privado, que possuía interesse nesse setor. Mesmo a Rádio Nacional, do governo, funcionava nos moldes de uma empresa privada”, observa Leal. Essa curiosa reunião, avalia o sociólogo Renato Ortiz, foi “a gênese da absoluta falta de limites entre o público e o privado na radiodifusão brasileira, que se perpetua até hoje, com financiamento dado pelo Estado às emissoras privadas de TV, sob a forma de publicidade e patrocínios”.



REPRODUÇÃO DO QUADRO OPERÁRIOS DE TARSILA DO AMARAL



Em 1968 houve uma nova tentativa de reverter esse quadro com a criação da Fundação Padre Anchieta, reproduzindo o modelo da BBC em que um conselho curador representativo da sociedade e com autonomia de gestão dirigia a emissora. “Só que se o conselho britânico funciona com 12 membros, em São Paulo, na TV Cultura de hoje, temos 45 deles, o que dilui a responsabilidade e fragiliza a autonomia da rede”, pondera Leal. A terceira chance, acredita o sociólogo, foi perdida na Constituição de 1988, com o artigo 233 dando competência ao Executivo para outorgar e renovar concessão e permissão para o serviço de radiodifusão de sons e imagens. “O Brasil se manteve com um modelo comercial hegemônico, com reduzido serviço estatal de rádio e TV e com a solitária experiência da Cultura de São Paulo, sempre às voltas com crises.” Para Beth Carmona, diretora da TVE e também integrante do conselho da TV pública, “é recente o entendimento e a prática dos conceitos de rede pública no país”. Segundo ela, “o Brasil optou desde o início pelo caminho da cessão de concessões para exploração dos sinais de televisão pelo setor privado, sem nenhuma política estratégica sobre a utilização dos veículos com objetivos sociais”. O Estado, continua, só se inseriu na questão durante os anos 1970, quando foi implantado um sistema educativo de rádio e televisão, irregular e frágil, nos vários estados. “A TV brasileira desenvolveu-se num clima liberal, alinhada por parâmetros comerciais que visam ao mercado de consumo, tendo como objetivo a lucratividade, quase sem limites de conteúdo”, avalia a diretora da emissora carioca.

“Hoje a população e o Estado se dão conta da necessidade de uma TV pública para a população, com uma programação que valorize o público não apenas como consumidor, mas também como cidadão. Um sistema público de comunicação é necessário para a democracia”, completa. O jornalista e professor de comunicação da Escola de Comunicação e Artes, da USP, Eugênio Bucci, é menos radical. “É bom deixar claro que as demandas do mercado são legítimas e vitais na democracia e não um satã encarnado. Elas só não podem ser as únicas a definir o conjunto de comunicação social. Aí é que entra a TV pública, exercendo funções complementares, não opos-

tas. Emissoras públicas e comerciais, cada uma em seu campo, fortalecem a saúde da democracia. Se elas se igualam, se oferecem conteúdos análogos, a sociedade não precisa de TV pública”, pondera. Defendendo a independência da rede pública de qualquer papel subalterno de promoção de governadores, ministros ou presidentes da República, Bucci propõe quatro bandeiras estéticas para a TV pública: almejar o invisível, ou seja, sair da postura de bajulador de platéias, atitude que define a indústria do entretenimento; desmontar a oferta de gozo pré-fabricado, oferecendo o diferente e não reiterando doses maiores das mesmas sensações; buscar conteúdo que não cabe na TV comercial, sem temer a “chaticice” como um abismo; emancipar em lugar de vender, não devendo sucumbir ao impulso de se desejar desejada, não funcionando como cativo do público, mas emancipadora e incubadora.

Antítese - Isso não seria a antítese da natureza do veículo? Afinal até o presidente Lula reiterou sua visão de uma TV que não fosse apenas “instrumento de educação”, mas “tivesse audiência e não traço”. É possível se fazer TV que não seja “de entretenimento” e ainda assim ganhar espectadores? “A televisão não é um dado da natureza, mas uma produção cultural, das relações sociais, da democracia. O seu sentido e seu uso são determinados na planície da cultura e ela, por si, não tem uma natureza que espere à cultura. O entretenimento, ramo do comércio, nada tem a ver com a comunicação de caráter público”, observa Bucci. Há, lembra, exemplos disso nas várias experiências, algumas bem-sucedidas, de redes públicas globais, em especial a BBC inglesa.

“É preciso fornecer ao cidadão uma grade de programação de boa qualidade, sem interesses comerciais, voltada para educar, fornecer cultura e disponibilizar informações que dificilmente seriam exibidas na TV comercial. A TV pública existe para o cidadão, que é seu maior guardião”, avalia o jornalista Lúcio Mesquita, diretor do Serviço Mundial da BBC para as Américas, que se interessa em estabelecer parcerias com o Brasil. A rede britânica é financiada por uma taxa anual paga por domicílio com aparelho de televisão no valor de £ 116, bem como pela venda de programas e li-

enciamentos para diversos países e destinações do governo. Mas a publicidade obedece a regras draconianas. “A principal é o distanciamento entre quem produz o conteúdo dos programas e os anunciantes”, diz Mesquita.

O diretor-geral da BBC está submetido a um conselho curador, cujos membros representam a sociedade civil, fiscalizando a programação dos dez canais de rádio e 50 emissoras de TV da rede, que se orgulha de ter um “manual de conduta”, com severas prescrições éticas proibindo a exclusão de qualquer linha de pensamento em seus conteúdos. Por isso Mesquita acredita no poder de renovação da rede pública. “No Brasil, programas como *Castelo Rá-tim-bum*, pela sua qualidade, passaram a ser referência, obrigando outras emissoras a melhorar seus infantis.” Modelo a ser seguido? Para o jornalista Nelson Hoineff, “talvez a BBC não seja capaz de fornecer pistas sobre como lidar com o mau desempenho da TV privada brasileira, mas é indicador que um sólido modelo de TV pública é peça essencial para o funcionamento de uma sociedade democrática”. Há, porém, problemas no modo de financiamento britânico. “Há alguns anos o governo de São Paulo tentou cobrar um apoio compulsório para a TV Cultura por meio das contas de luz e o mundo quase desabou”, lembra Hoineff. “Infelizmente”, observa, “não é possível reproduzir esse modelo aqui, a começar pela gênese da televisão brasileira, que nasceu acompanhando o modelo privado americano e não se afastará dele até o esgotamento da noção de emissoras e redes”.

A diferença é que o governo americano investiu na televisão pública desde o seu início, em 1951, quando foram reservados 242 canais de TV para transmissões não-comerciais: “O interesse público será claramente atendido se essas estações contribuírem para o processo educacional da nação”, afirmou, então, a Federal Communications Commission. Era preciso deter o monopólio organizado da TV comercial. Afinal, o início desordenado do rádio, em 1920, fez com que a televisão seguisse um padrão funcional, adotando, de imediato, o princípio do financiamento da programação por anúncios publicitários. Em 1967, o presidente Lyndon Johnson enviou ao Congresso uma mensagem em que tra-

çava as linhas diretivas da TV pública, dividindo a comunicação televisiva em três vertentes: a comercial, com “finalidade repousante e distração”; a educativa, “que fornece um saber reconhecido”; e a pública, “que se consagra a tudo que apresenta interesse e importância no plano humano, sem que se transforme no momento em objeto publicitário”. Embora tendo fundos federais, essa TV seria “livre de qualquer interferência por parte do governo”.

Separando uma verba de US\$ 27,5 milhões, Johnson abriu espaço para a criação, em 1969, da PBS (Public Broadcasting Service), cujo estatuto preconiza que sua “principal bandeira é servir ao país e não ao mercado”, deixando claro a sua opção em não usar índices de audiência como parâmetros de seu conteúdo. A PBS é uma organização sem fins lucrativos constituída por 350 estações, provedora de uma programação não-comercial e outros serviços (em especial, a difusão educativa via internet), pelos quais os espectadores pagam uma estimativa anual. Além disso, há verbas do governo, repassadas por meio da Corporating for Public Broadcasting, e a rede também recebe dinheiro dos espectadores, que contribuem em campanhas de arrecadação. A PBS é mediadora da parceria entre suas estações e as universidades que produzem programas para ensino a distância, beneficiando cerca de 450 mil estudantes, que completam seus créditos universitários via aulas televisionadas. “Embora por vezes ambivalente, a PBS é prova de que só naquele espaço é possível transitar um produto da criação humana que não teria boa acolhida num mercado que nada tem de criativo ou humano”, resume o artigo “PBS’s independent lens”, da *New Yorker*.

Independentes - A grande inovação da rede, aliás, é não produzir programas nem os financiar, comprando o que precisa de terceiros, em geral produtores independentes de toda parte do mundo. Essa é a postura também defendida pelo jornalista Gabriel Priolli, diretor da TV PUC, de São Paulo, como forma de cortar custos e possibilitar a existência da TV pública no Brasil, cujo financiamento, defende, deveria ser “misto”, garantindo que as dotações orçamentárias do Estado efetivamente cheguem às emissoras, ao mesmo tempo que a so-

“Nenhuma
democracia
prescinde
da comunicação
pública”, acredita
o jornalista
Eugênio Bucci

cidade e a iniciativa privada se envolveriam no projeto. “As TVs públicas precisam deixar de atuar como produtoras, voltando-se para a exibição, mas com absoluto controle sobre a criação de produtos, conceitos e orientação da grade de programação.” Priolli é cauteloso com o entusiasmo estatal. “Devemos conceituar bem o que é TV pública e que tipo de TV pública queremos financiar. Não concordo com a idéia de rede. A multiplicidade é o caminho”, avalia. Esse é o tom adotado pelas TVs públicas alemãs, que optaram por usar estações regionais, de programação regionalizada, também oferecendo multiplicidade de informações. “As emissoras públicas não são apenas mídia, mas, principalmente, um importante fórum de debate social. A emissora pública alemã gosta de sair do seu prédio para que seu público a veja”, conta Uwe Rosebaum, diretor de programação da Südwestrundfunk.

Dosando bem a comparação, a TV pública alemã foi, no passado, exemplo de uma ameaça que muitos hoje temem se repita na rede pública brasileira: instrumento político de propaganda de um governo. “Creio que a TV pública precisa existir, mas com muito cuidado, com vigilância da sociedade. Não pode ser a TV do Lula, mas da sociedade. É preciso ultrapassar os pequenos interesses. Não se cria uma TV pública com seriedade em dois, três meses, com poucos ministros e assessores”, alerta o doutor em comunicação pela Universidade Federal da Bahia Valério Brittos, professor da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos). O presidente da Asso-

ciação Brasileira de Emissoras Públicas, Educativas e Culturais (Abepec), Jorge Cunha Lima, concorda. “Uma rede pública não nasce de decreto, mas da conversão dos conteúdos, da soma da capacidade de produzir de cada estado e da transmissão disso em caráter nacional.” Para o presidente da Abepec, “uma TV só será pública se for intelectual e administrativamente independente, equidistante do poder e do mercado, regida por conselhos representativos da sociedade”. Segundo ele, é importante a existência de um fundo de recursos para as TVs públicas.

Qualidade - Na avaliação de Lima, os estados estão preparados para produzir conteúdos de qualidade, propondo o modelo da TV Cultura de São Paulo em substituição às intenções do governo federal, que, desconfia, pretende transformar a futura rede pública numa espécie de “TV estatal” disfarçada. “Falar que a TV estatal defende o governo e que a TV pública é independente é um argumento capcioso, porque mesmo a TV inteiramente de propriedade do Estado não pode fazer proselitismo”, pondera Bucci. Para ele, o dever da impessoalidade vale para todas. “Nenhuma democracia prescinde da comunicação pública, porque ela supre áreas que a comunicação comercial não pode atender. Nosso problema é de gestão e formatação de marco regulatório.” Beth Carmona vai além e afirma que esse é o momento de se repensar o papel do Estado nas comunicações. “A televisão é um poderoso instrumento de fortalecimento dos valores e costumes de uma sociedade, portanto deveria ser contemplada dentro de políticas públicas. Mas qualquer tentativa de discussão é vista com suspeita de censura ou obscurantismo. O Estado praticamente tem se limitado a conceder o canal, controlá-lo do ponto de vista técnico, para a disciplina e ordenação do espectro eletromagnético.” Segundo ela, a tarefa do Estado ficou ainda mais complexa. “Hoje não basta diferenciar a TV pública utilizando a premissa da programação de qualidade ou por seu conteúdo nacional, pois outros já se apoderaram desta marca. Ela só fará sentido pela possibilidade de diversificar as opiniões, abrir os conteúdos, tratar de todos os temas e abordar todas as localidades.” Se não gostar, vá à sala ao lado ler um livro. ■