

## **Possibilidades para a TV pública no Brasil** **Uma reflexão a partir da experiência da *Public Broadcasting System* (PBS)<sup>1</sup>**

Ângela Carrato- Professora do Departamento de Comunicação Social da Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG).<sup>2</sup>

### **Resumo**

A emissora que mais se aproxima do modelo público no país é a TV Cultura, de São Paulo. Mesmo assim, está longe de possuir a necessária independência financeira, a fim de cumprir efetivamente a missão de educar e dar ênfase à cultura e cidadania. Os principais estudos no país, apontam para o modelo da BBC como o caminho ideal para a nossa TV pública. O texto faz um mergulho na experiência da *Public Broadcasting System* (PBS) norte-americana, considerando-a uma alternativa mais próxima de nossa realidade.

### **Palavras-Chave**

TV pública; modelos; sustentabilidade

### **Introdução**

A televisão tem 55 anos de existência no Brasil. Atualmente, é assistida por 98% da população e transformou-se num importante elemento do cotidiano. Em torno dela, as pessoas estruturam suas rotinas, adquirem ou alteram hábitos.

Ao contrário do rádio, cujo início no Brasil se deu através de clubes de amadores, a televisão surge sob o domínio do sistema empresarial, com o objetivo principal de incrementar o comércio de bens e serviços, além de divertir o público consumidor.

De acordo com dados do IBGE e da Associação Brasileira de Agências de Publicidade (ABAP), em 2002, o número de emissoras de televisão no país chega a 615, com este veículo de comunicação liderando vários rankings, a exemplo da audiência - 98% - e o das verbas publicitárias- 62,1% , aí incluídas TVs abertas e por assinatura.

Como se esses dados não fossem suficientes para se perceber a importância e hegemonia da TV no Brasil frente a qualquer outro meio de comunicação, vale lembrar que o país lidera também rankings internacionais na área. Os brasileiros despendem 18,4 horas

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao 2º Colóquio Brasil-Estados Unidos de Ciência da Comunicação.

<sup>2</sup> Mestre em Comunicação pela UnB. Ex-professora da PUC-MG. Ex-presidente da Rede Minas de TV.

assistindo à TV por semana e apenas 5,2 horas com leitura no mesmo período. Os dados são de uma pesquisa que avaliou e comparou os hábitos em relação à mídia em 30 países<sup>1</sup>

Em cinco décadas e meia de existência, a TV no Brasil se transformou numa potência, mas está longe de possuir uma programação de qualidade, que aponte para um efetivo compromisso com a cidadania, a educação e a cultura, a exemplo do que acontece em países como Inglaterra, Estados Unidos e França.

É bem verdade que, neste período, prevaleceu apenas o modelo comercial de televisão. Aprofundar na busca de outros modelos para a TV no Brasil é o objetivo deste trabalho.

## **1. TVs comerciais e não comerciais no Brasil**

A Constituição Brasileira de 1988, denominada “cidadã”, prevê, no artigo 223, que deve existir no país três sistemas de televisão, o privado, o público e o estatal, observando que eles são complementares.

A emissora que mais se aproxima do modelo público no país é a TV Cultura, de São Paulo, mantida pela Fundação Padre Anchieta. Mesmo assim, em seus 35 anos de existência, está longe de possuir a necessária independência financeira, a fim de cumprir efetivamente a missão de educar e dar ênfase às questões da cidadania. As demais emissoras educativas e culturais, em maior ou menor grau, não passam de meros porta-vozes de governos, políticos ou entidades que as controlam.

Como se sabe, o Brasil ainda não dispõe de uma legislação para a comunicação de massa. A legislação em vigor, que data de 1961, é uma verdadeira colcha de retalhos. Existe uma promessa do governo do presidente Luís Inácio Lula da Silva de enviar ao Congresso Nacional, até o fim de 2005, anteprojeto da Lei Geral da Comunicação Social Eletrônica.

O temor de estudiosos e dos setores mais críticos da sociedade brasileira é de que prevaleça uma regulamentação dos serviços de televisão no Brasil que atenda apenas ao modelo comercial. Talvez o melhor exemplo seja a proibição, em vigor, das TVs não comerciais competirem por verbas publicitárias e de patrocínio, que pode ser entendida

---

<sup>1</sup> 3 Abramo, Bia. Folha de S. Paulo, 03/07/2005, Ilustrada, p. 7.

como uma clara tentativa de estabelecer uma reserva de mercado para as emissoras privadas.

Outro exemplo do privilégio de que gozam as emissoras comerciais é a ausência de regras mínimas para a programação, que permite aos concessionários buscar fórmulas cada vez mais sensacionalistas para atrair os telespectadores.

Oficialmente, a TV Educativa no Brasil foi instituída através da Lei 5.198, aprovada pelo Congresso Nacional em 3 de janeiro de 1967, embora a idéia do Estado como operador de radiodifusão tenha germinado no país desde os anos 30. (Jambreiro, 2002) Apesar desta lei, as finalidades educacionais da televisão continuam a não ser claramente reguladas, ficando obscura a forma de realizar e avaliar o seu cumprimento.

Em 1974, através da Empresa Brasileira de Telecomunicações (Embratel), o país passou a ser integrado via satélite. Além da integração nacional das regiões mais distantes e serviços de telecomunicação para o crescimento dos negócios, o governo também previu o uso do satélite pelas redes comerciais de TV.

No ano seguinte, através de nova lei, o governo cria uma companhia de nome Radiobrás (Empresa Brasileira de Radiodifusão) destinada a centralizar e operar uma rede estatal de estações de rádio e TV. Esta lei só foi posta em vigor em 1976, mas a rede estatal, subordinada ao Ministério da Comunicações, sobreviveu pouco tempo. Seus objetivos eram transmitir os programas educacionais feitos pelo Ministério da Educação, produzir e transmitir seus próprios programas de entretenimento e notícias.

Em que pese os objetivos, a rede “logo perdeu o apoio do governo e foi devagar mas firmemente destruída, sendo suas concessões vendidas pelo governo militar”. (Jambreiro, 2002). A criação tanto da TV Educativa quanto da Radiobrás nunca chegou a ameaçar a exploração privada dos serviços de radiodifusão.

Dos anos 70 para cá, o país desenvolveu-se, com o a indústria privada de TV sendo parte integrante deste processo. Em outras palavras, a TV no Brasil cresceu em paralelo com a concentração do capital, a internacionalização do mercado interno e a convergência geográfica da produção industrial na região Centro-Sul. Além disso, a política econômica do regime militar, voltada para a criação de um mercado nacional para produtos industrializados, fortaleceu e foi fortalecida pela expansão nacional da indústria televisiva, facilitada pela construção de uma rede nacional de telecomunicações.

Nessas cinco décadas e meia de existência da TV no país, dois grupos indiscutivelmente marcaram a cena: a TV Tupi e demais emissoras pertencentes à cadeia dos Diários Associados, de Assis Chateaubriand, e a Rede Globo, da família Marinho.

Como pioneiro da TV no Brasil, Chateaubriand chegou a ter emissoras na maioria das unidades da federação, às quais cruzava com a propriedade de rádios e de jornais. Apontado como o primeiro magnata da mídia brasileira, construiu um império que durou o tempo de sua vida. O declínio do condomínio Associados coincide com a ascensão da TV Globo, cuja hegemonia sobre a cena nacional já conta mais de 20 anos.

Embora o mercado permaneça oligopolizado, a Globo não mantém os mesmos índices de audiência que alcançava no período da ditadura militar. Some-se a isso que, desde 1988, depois de muita oposição da própria emissora, o país passa a contar com sistema de televisão por assinatura que, mesmo não provocando nenhuma mudança mais efetiva, introduz um certo diferencial de qualidade na programação, levando parte das chamadas classes A e B a migrarem para estes canais.

Um processo de flexibilização acaba atingindo também as TVs Educativas e Culturais, que passam a contar com produção local e dispor de satélite para transmissão regional. A média desta produção não ultrapassa quatro horas diárias, exceção para a TV Cultura que exhibe nacionalmente parte de sua programação, valendo-se das emissoras regionais.<sup>1</sup>

Um divisor de águas no processo acontece em 1998, com a criação da Associação Brasileira das Emissoras Públicas, Educativas e Culturais (ABEPEC) e, no ano seguinte, da Rede Pública de Televisão (RPTV). O objetivo da ABEPEC era congregar as emissoras geradoras educativas estaduais em uma entidade que lhes desse força e visibilidade, uma vez que as emissoras comerciais possuem, há muito, entidades que as representam.<sup>2</sup>

Capitaneadas pela TV Cultura, 19 emissoras educativas estaduais integram a entidade que em 2003 passa a contar também com as presenças da TV Educativa do Rio de Janeiro e da Radiobrás, ambas do Governo Federal.

Entre altos e baixos, a RPTV consegue estabelecer uma grade de programação diária, transmitida por todas as emissoras filiadas à ABEPEC, de seis horas, divididas em

---

<sup>1</sup> As exceções são TV Minas, TVE Bahia, TVE-RS e TVE-PA com programações próprias superiores a seis horas diárias.

<sup>2</sup> Para mais informações, consultar o site [www.abepec.org.br](http://www.abepec.org.br)

faixas: Infantil (manhã), Jovem (tarde) e Adulto (noite). O estabelecimento destas faixas de transmissão em cadeia permitiu, também, maior visibilidade para a produção regional e para os apoios culturais/ patrocinadores, que têm uma alternativa de rede nacional.

É importante salientar que, na prática, a ABEPEC quebrou dois tabus: o do isolamento das TVs educativas e culturais e o da não permissão de patrocínios e de apoios culturais em emissoras não comerciais. Esta prática, aliás, já vinha sendo adotada pela TV Cultura que, em 1993, conseguiu patrocínio para todos os seus programas, no valor de US\$ 4 milhões, para um orçamento total de US\$ 30 milhões recebidos do Governo de São Paulo. Na época, a emissora foi multada 300 vezes pelo Ministério das Comunicações, mas num gesto de “desobediência civil”, recusou-se a pagar a multa e nada lhe aconteceu.

No final dos anos 90, praticamente todas as emissoras de TV de caráter educativo, em todo o país, estavam operando com patrocínios e até mesmo com anúncios.

O modelo proposto pela ABEPEC começou a dar sinais nítidos de precariedade a partir de 2003, quando assumem os novos ocupantes do governo federal e dos estados. A entidade estava acostumada a lidar com o cenário pluripartidário, mas talvez não tenha previsto as dificuldades que implicaria em contar com partidos políticos antagônicos à frente da Radiobrás e da TV Cultura, internamente os elos mais fortes.

A nova realidade deixa nítido que alternativas mais perenes precisam ser buscadas, ao mesmo tempo em que não se pode desconsiderar as diferenças que marcam cada emissora.

## **2. TV Cultura, nossa BBC?**

Depois de experiências bem sucedidas em educação utilizando a televisão, o Governo de São Paulo cria, em 1967, a Fundação Padre Anchieta - Centro Paulista de Rádio e TV Educativa que, atualmente, engloba uma emissora aberta de TV, a Cultura, e duas emissoras de rádio – AM e FM. Recentemente, a Fundação lançou um canal fechado infantil, o Rá-Tim Bum.

A TV Cultura é uma entidade de direito privado e que, a grosso modo, acabou sendo identificada como a emissora de TV brasileira mais próxima do modelo público. Mais ainda, não falta quem a caracterize como sendo “inspirada” no modelo da *British Broadcasting Corporation* (BBC).

Ao longo de sua existência, a Fundação Padre Anchieta e a própria TV Cultura experimentaram mudanças, sendo que o site da emissora registra que ela “goza de autonomia intelectual, política e administrativa”, custeada “por dotações orçamentárias legalmente estabelecidas e recursos próprios obtidos junto à iniciativa privada”.<sup>1</sup>

As emissoras da Fundação Padre Anchieta definem-se como “nem entidades governamentais, nem comerciais”. São “emissoras públicas cujo principal objetivo é oferecer à sociedade brasileira uma informação de interesse público e promover o aprimoramento educativo e cultural de telespectadores e ouvintes, visando a transformação qualitativa da sociedade”.<sup>2</sup>

Mesmo sendo a única emissora de TV educativa no Brasil a poder assumir estas características, a TV Cultura guarda anos luz de distância em relação ao modelo da BBC, considerado o mais bem sucedido no gênero em todo o mundo.

O aspecto onde existe maior semelhança entre ambas diz respeito ao seu gerenciamento. A TV Cultura, a exemplo das emissoras públicas de países como Austrália, Japão, Itália, Alemanha e Nova Zelândia, adotou um modelo utilizado inicialmente pela BBC, que pode ser definido como “autonomia relativa” frente aos governos. Essas emissoras são dirigidas por conselhos, “cuja forma de escolha dos membros e o tipo de financiamento que recebem é que acaba determinando a influência do governo sobre elas”. (Leal Filho, 1997, p.20)

A TV Cultura conta com um conselho integrado por personalidades de destaque na educação, cultura, arte, ciência, empresariado e política do Estado de São Paulo. Parte desses cargos é vitalícia, com os demais renovando-se a cada seis anos. Aliás, seis anos é também o tempo do mandato do presidente do Conselho que, até recentemente, era também o presidente da TV Cultura.

Especialmente de 1995 para cá, não faltaram tentativas por parte da direção da Fundação Padre Anchieta, no sentido de ganhar maior autonomia frente ao Governo de São Paulo. Prova disso é a criação da ABEPEC e da RPTV. A maior autonomia conquistada pela emissora refletiu-se, significativamente, na melhoria da qualidade de sua programação e no incremento da audiência. Qualidade e audiência que declinam

---

<sup>1</sup> ver o site [www.tvcultura.com.br](http://www.tvcultura.com.br)

<sup>2</sup> Idem.

significativamente a partir do início do governo de Geraldo Alckmin, que vem tentando, a todo custo, enquadrar a emissora no esquema de comunicação oficial.

Parte, aliás, da autonomia que a TV Cultura gozou no período anterior deve-se a fatores como o de ter no Governo de São Paulo um político sensível à importância da comunicação a serviço de todos os cidadãos, e também pelo fato de um mesmo partido ocupar tanto a presidência da República quanto o Palácio Bandeirantes. Em outras palavras, a constituição da ABEPEC e da própria RPTV só foram possíveis, graças a uma peculiaridade, que não se repetiu nas eleições de 2002

Mais uma vez, verifica-se como, no Brasil, os avanços e retrocessos nas mais diversas áreas – e a comunicação não é exceção –, acabam a reboque das questões políticas. Diante do acirramento das disputas entre PSDB e PT visando as eleições de 2006, há riscos, inclusive, do projeto da RPTV ruir. Como se não bastassem as dificuldades naturais para se viabilizar uma rede nacional envolvendo 20 emissoras, as chamadas “cabeças de rede”-TVE-Brasil (Rio de Janeiro) e TV Cultura (São Paulo) têm se mostrado inflexíveis quanto a abrir mão de programas próprios e de horários. A TV Cultura, depois das recentes mudanças em sua direção, tem se transformado em campeã na intransigência, como aconteceu recentemente com a modificação no já tradicional horário do “Observatório da Imprensa”, único programa na TV aberta que discute jornalismo e mídia.<sup>1</sup>

Não se pode perder de vista, por outro lado, que a situação da TV Cultura é delicada. Com um orçamento anual (para 2005) de R\$ 130 milhões, sendo que desses R\$ 100 milhões vem do Governo do Estado de São Paulo e apenas R\$ 30 milhões são de recursos próprios (incluindo patrocínios), falar em autonomia frente ao Governo soa quase como ironia. Seu ex-presidente, Jorge Cunha Lima, sentiu isso na carne. Durante mais de um ano, enfrentou uma situação de penúria na emissora, na medida em que o Governo de São Paulo se recusava a liberar recursos do orçamento, descontente com os rumos tomados pela TV.

Nesta disputa do rochedo com o mar, uma parcela muito pequena da população conseguiu entender o que estava acontecendo. Devido à falta de recursos, a emissora teve que demitir funcionários, fazer cortes drásticos nas despesas e ficou sem condições mínimas para investir. Aos olhos do telespectador comum, as infundáveis repetições que passaram a povoar a grade de programação tiveram como efeito apenas levá-lo a buscar

outros canais. Infelizmente, não chegou ao público os problemas que estavam por trás da queda de qualidade da programação.

Desde que assumiu, a nova direção da TV Cultura vem lutando para buscar ampliar os apoios da emissora junto a patrocinadores privados e mesmo junto ao Governo Federal. Some-se a isso que a emissora passou a desenvolver um plano de marketing voltado a obter recursos a partir da venda de produtos como DVDs, vídeos e demais serviços. Como se sabe, a TV Cultura conta com um dos melhores acervos de imagem do país e da América Latina e assim, está tirando partido deste patrimônio. Quanto à possibilidade de contar com o apoio ou patrocínio do Governo Federal, através das empresas estatais, este se mostra, na atual conjuntura, cada vez mais distante.

Igualmente distante parece o cumprimento, pelo presidente Luís Inácio Lula da Silva da promessa de campanha através da qual destinaria 1% das verbas de publicidade do Governo Federal para as TVs Educativas. A verba é considerada essencial para viabilizar, efetivamente, a RPTV, pois obrigaria cada uma das emissoras participantes a cumprir os horários em comum na faixa de programação nacional, sob pena de não receber a parcela que lhe caberia.

Em meados da década de 90, a TV Cultura, prevendo os problemas que teria pela frente na sua relação com o governo, tentou um outro tipo de saída para o financiamento de suas atividades. Pautando-se pelo modelo da televisão pública na Europa, em especial a BBC, lançou a proposta para que fosse cobrada uma pequena taxa na conta de luz da população do Estado de São Paulo, destinada à emissora. Em valores de hoje, seria algo em torno de R\$ 1,00 por conta. Independente dos méritos da proposta, foi combatida pelos mais diversos setores, capitaneados pelas emissoras comerciais.

A lição que se pode tirar deste episódio é que dificilmente uma proposta envolvendo o pagamento direto pelo contribuinte terá sucesso em se tratando das TVs educativas no Brasil. Além do país possuir uma cultura negativa em relação a tudo que é público (acentuada nos tempos de neoliberalismo e privatização), dificilmente o cidadão comum aceitará pagar mais um imposto por um serviço que acredita obter de graça dos canais comerciais. Em outras palavras, é impossível transplantar para cá uma realidade que deu

---

<sup>1</sup> A respeito ver artigo de Alberto Dines, no Observatório da Imprensa, em 05/07/2005. [www.observatório.da.imprensa.com.br](http://www.observatório.da.imprensa.com.br)

certo na Europa, pois lá o caráter de serviço público tanto do rádio quanto da televisão é considerado patrimônio pela população.

Como assinala Leal Filho, “não obstante as diferenças de relacionamento com os governos nacionais e de suas vinculações com o mercado, os sistemas públicos europeus apresentam algumas características comuns a todos”<sup>1</sup> das quais vale a pena destacar duas: 1. A alta politização a que estão submetidos; 2. A clareza com que o sistema público foi montado, situando-se numa zona de tensões entre a cultura e o comércio.

São exatamente estas características que faltam à realidade brasileira.

A falta de clareza sobre o papel e a importância de um sistema público de TV no Brasil sem dúvida contribui para isto. Os governos são os maiores responsáveis pela fragilidade e baixa qualidade da maioria das TVs educativas, abandonadas à própria sorte, quando não utilizadas apenas em função de interesses eleitorais. O resultado, aos olhos da população, não poderia ser pior: enquanto as TVs comerciais são elogiadas e alcançam altíssimos índices de audiência, as TVs educativas são acusadas de acumularem fracassos e de gastarem dinheiro público.<sup>1</sup>

Exatamente por isso, a tentativa de se adotar aqui o modelo de TV pública da BBC parece condenada ao fracasso.

### **3. PBS, um novo paradigma possível para a TV Pública no Brasil**

A lição mais significativa que as emissoras públicas de TV européias podem transmitir não está ligada a seu ordenamento jurídico ou a seu financiamento. Diz respeito à sua formulação ideológica realizada em sintonia com a realidade daquele continente. Formulação que soube adequar-se aos novos tempos de concorrência com as emissoras privadas e da significativa presença de produtores independentes.

Deslocar o foco de interesse do modelo da BBC para o da *Public Broadcasting System* (PBS) talvez seja o caminho mais oportuno e indicado para quem se preocupa com o futuro de uma TV não comercial de qualidade no Brasil.

O sistema de TV Pública nos Estados Unidos é formado por organizações nacionais e emissoras locais. Não se trata de uma rede, mas de uma organização que reúne 350

---

<sup>1</sup> Para um aprofundamento sobre o assunto ver a obra citada, especialmente as páginas 23 a 27.

emissoras locais e canais nacionais como o *Public Broadcasting System* (PBS) e a *Corporation for Public Broadcasting* (CPB). As emissoras de televisão estão localizadas em cidades como Nova Iorque, Los Angeles e Boston e em todos os estados. Essas 350 emissoras podem ou não ter alguma coisa em comum.

A PBS foi criada pelas emissoras que compõem o sistema e vale-se de diferentes fontes de recursos e de diferentes meios, combinando, por exemplo, televisão e internet com finalidade educativa, entendendo-se educação de crianças, adultos e ações comunitárias. O seu financiamento vem em parte dos telespectadores, em parte de doações de empresas e entidades. Três ou quatro vezes no ano, as emissoras que integram o sistema colocam no ar campanhas de arrecadação de fundos junto aos seus telespectadores. O dinheiro obtido é enviado à PBS. Atualmente, 25% do total de sua receita é obtida assim. Além disso, alguns programas e séries são financiados por empresas que pagam para colocar seu logotipo no início ou fim de cada apresentação.

A PBS não é uma produtora de programas e nem encomenda programas às emissoras que a integram. Ela enfrenta limitações legais para isso. Na realidade, o papel da PBS é de aprovar ou rejeitar os programas e séries que lhes são oferecidos, levando-se em conta os critérios que devem pautar uma programação educativa e cultural.

No passado, muitas das emissoras que integram a PBS eram produtoras. Atualmente, só a WGBH, de Boston, mantém este perfil. São várias, no entanto, as emissoras integrantes da PBS que realizam co-produções inclusive com TVs européias, a exemplo da BBC e do *Channel Four*, da França. E se a maioria das 350 emissoras que integram a PBS compram programação dela, algumas, como a WETA, de Washington, a KCET, de Los Angeles, e a KQED, de San Francisco, oferecem várias horas diárias de programação própria.

A grade de programação destas emissoras é complementada com produções das emissoras locais e com programação independente. A relação com os produtores independentes é intensa. Os produtos podem ser apresentados finalizados ou como projetos. Uma vez aprovados, recebem autorização para ir ao ar, enquanto no caso dos projetos, a PBS busca recursos para financiá-los.

Os projetos financiados pela PBS são de baixo valor e não refletem a realidade do mercado. Mesmo assim, são muito disputados, pois a realização e a exibição lhes vale

---

<sup>1</sup> Para um aprofundamento sobre o assunto ver o texto “Quem tem medo da TV Pública?”, (Carrato, 2006).

como uma poderosa vitrine. Fundações privadas e agências governamentais também contribuem no financiamento destes projetos. Embora a PBS transmita uma programação de rede nacional, via satélite, para todas as emissoras públicas, elas têm autonomia para exibir ou não a programação oferecida. Essas emissoras, aliás, podem até comprar programação de outras emissoras, e não apenas da PBS.

Esse sistema aparentemente complexo, possui inúmeras vantagens quando se pensa no mosaico que são as TVs não comerciais brasileiras. Aqui, ao contrário da Inglaterra, existe uma profusão de canais locais e regionais, ligados a governos de estados, prefeituras, fundações e entidades, que atendem pelos mais diversos nomes, mas que, em última instância são mantidos, na totalidade ou em grande parte, com verbas públicas. Some-se a esses canais os chamados comunitários e os pertencentes, nos diversos níveis, aos Poderes Legislativo e Judiciário, a exemplo das TVs Assembléia, Câmara, Senado e do Canal da Justiça.

Cada um desses canais tem programação voltada para a sua audiência específica. O que não significa que não possam exibir programação de qualidade envolvendo educação, cultura e cidadania. A dificuldade maior reside nos horários e recursos para tanto. Se a programação for descentralizada, cada canal podendo programar de acordo com sua conveniência, e os custos rateados, todas as emissoras não comerciais poderão se beneficiar.

A exemplo do que acontece com a PBS, uma entidade nacional, seria a responsável pela centralização e distribuição dos programas, que viriam das mais diversas regiões e emissoras. Para ter acesso a esta programação, cada emissora não comercial teria que pagar uma taxa, que seria coberta a partir de apoios culturais e doações dos seus telespectadores, mediante campanhas. A fim de que todo o processo fosse o mais transparente possível, cada emissora, para poder aceitar doações, precisaria contar com um conselho composto por telespectadores, para auxiliar na fiscalização do processo.

Essa medida visa a fazer com que as emissoras de TVs, para participarem do processo, sejam efetivamente não-comerciais. Vale dizer: não visem lucro, pois no Brasil, sob o rótulo de emissoras não comerciais estão abrigadas desde igrejas eletrônicas até tele-shoppings.

A diversidade das emissoras que utilizam, indevidamente, o título de educativas e culturais, aliás, é um dos problemas que qualquer proposta séria de TV não-comercial terá que enfrentar. Esta distorção tem origem no viciado sistema que marca a concessão de canais de TV entre nós. Concessões que, na maioria das vezes, acabam se transformando em moeda de troca política. Não é por acaso que grande parte das fundações que detêm concessão para TVs e rádios educativas no Brasil pertençam a parlamentares, ex-parlamentares, líderes políticos ou religiosos.

Sem compromisso com a finalidade educativa e cultural de suas emissoras, esses senhores fazem de tudo para tirar proveito próprio destas concessões. Razão pela qual leiloam o espaço, transformando-o também em tribuna para defender seus interesses e atacar adversários.

Exemplo eloquente desta distorção acontece em Minas Gerais, com as chamadas afiliadas da Rede Minas (Fundação TV Minas Cultural e Educativa)<sup>1</sup> Detalhe: a Rede Minas, das emissoras educativas e culturais brasileiras, é a que possui maior número de afiliadas. Emissora geradora com 21 anos de existência, conta com uma programação séria e de qualidade. Programação que chega a 600 dos 853 municípios mineiros graças a rede própria de transmissores e também às chamadas emissoras afiliadas.

Essas afiliadas, num total de 65, recebem, de graça, para exibição, a programação da emissora. Num país rico e desenvolvido como os Estados Unidos, isto seria impensável. No Brasil, mais especificamente em Minas Gerais, é razão para permanentes dores de cabeça para os dirigentes da estatal e para o Governo do Estado, que a mantém.

Não satisfeitos em receberem a programação, os dirigentes da maioria das afiliadas querem que a TV Minas os remunere e ainda exigem que o Governo complemente-lhes a receita com cotas de patrocínio, que tanto podem ser através de publicidade de empresas estatais como de qualquer outro expediente.

Na administração Eduardo Azeredo (1996-2000), essa complementação foi fixada em R\$ 2 mil/mês por emissora. Mesmo assim, muitas delas transmitiam apenas parte da programação da TV Minas, vendendo espaço para fins alheios aos de uma emissora educativa e cultural. Como monitorar cada uma das afiliadas é tarefa difícil e demandaria recursos que a TV Minas não dispõe, a única maneira para saber o que acontece é através

---

<sup>1</sup> Para uma relação completa destas afiliadas, consultar o site [www.redeminas.com.br](http://www.redeminas.com.br)

da reclamação dos telespectadores. Reclamação que acaba não tendo consequências, pois os governos jamais demonstram vontade em coibir esse tipo de ação. Assim, os telespectadores saem duplamente perdendo: deixam de ter acesso a programas de qualidade e ainda acabam financiando emissoras que nada possuem de culturais e educativas.

Mas não é só neste aspecto que o modelo da PBS poderia em muito contribuir para avanços significativos na TV Pública no Brasil. Se nos Estados Unidos existe uma cultura no que se refere a doações às emissoras públicas por parte de empresas e entidades, aqui este processo poderia acontecer, valendo-se das leis de incentivo já existentes.

Na medida em que a produção de conteúdo é o item mais claro no custo de qualquer emissora de TV, bastaria incluir nas leis de incentivo à cultura (municipais, estaduais e federal) que todo espetáculo que contasse com verba pública teria, obrigatoriamente, que poder ser exibido nas emissoras sem fins lucrativos. Naturalmente a exibição estaria condicionada a fatores que não prejudiquem seus realizadores.

A propósito de espetáculos e de cultura, a parceria entre a Rede Pública de Televisão e documentaristas brasileiros, o chamado DOC TV<sup>1</sup> é uma iniciativa interessante que, em parte, guarda semelhanças com a atuação da PBS junto aos produtores independentes. Porém, o processo, ainda incipiente, precisa ser ampliado, envolvendo não só vídeos, mas a produção televisiva como um todo, a exemplo de teledramaturgia, programas de música, humorísticos, séries infantis etc.

À escassez de recursos destinados às emissoras não comerciais no Brasil se soma outro problema que a experiência da PBS pode, em muito, contribuir para solucionar. Trata-se da pulverização de gastos. A criação de canais não-comerciais como o Futura, mantido por entidades empresariais em parceria com a Rede Globo, e a STV, mantida pelo Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (Senac) poderiam ter seus programas, bem como os recursos a eles destinados, voltados para as emissoras educativas existentes. Em maior ou menor grau, ambos são exemplos de falta de visão. Problema agravado, no caso do Canal Futura, pela intenção de setores do empresariado, capitaneado pela Rede Globo, de minar as emissoras não comerciais. Até o momento, as concessões para o funcionamento desses

---

<sup>1</sup> O DOCTV é um projeto do Ministério da Cultura, em parceria com a ABEPEC e a Associação Brasileira de Documentaristas. O projeto está na segunda edição. Para maiores informações, acessar o site [www.ministeriodacultura.gov.br](http://www.ministeriodacultura.gov.br)

dois canais envolvem apenas transmissão fechada, mas ambos têm feito sucessivas gestões para conseguir exibição também em canal aberto.

Nem tudo são flores para a PBS. Como outras emissoras públicas no resto do mundo, sabe que não pode contar com verbas governamentais, defronta-se com a ameaça da perda e audiência e deixa a desejar no que se refere a comunicar seus valores para os telespectadores. Some-se a isso que não têm sido poucas as investidas do governo Bush no sentido de tentar enquadrá-la.

Se esses aspectos são polêmicos, a competência das emissoras da PBS para educar crianças adultos e incentivar ações comunitárias é indiscutível. A maioria dos seus programas possui um website ([www.pbs.org](http://www.pbs.org)) com informações adicionais, incluindo links, textos e pesquisas relacionadas com a temática abordada. Trata-se do maior “ponto org” do mundo, recebendo até 10 milhões de acesso por dia, num total de 135 mil páginas de informação. Vale acrescentar, ainda, que a PBS mantém sites específicos para crianças, país, famílias e reciclagem de professores.

Num país das dimensões do Brasil, com as carências educacionais que se conhece e tendo a TV o poder que tem, estimular o modelo não comercial não é apenas uma postura política correta. É condição indispensável para se pensar seriamente no futuro.

## **Conclusão**

Emissoras como a BBC e a PBS deixam nítida a necessidade de todos os países contarem com serviços não comerciais de televisão. Emissoras que possam oferecer informação e entretenimento livres de pressões governamentais ou corporativas.

Ocasionalmente, tanto a BBC quanto a PBS têm sido vítimas de ameaças por parte de governos conservadores, que acenam-lhes com censuras ou mesmo cortes de financiamentos. O apoio que têm recebido da população reflete, no entanto, a percepção do papel e missão dessas emissoras.

No Brasil, não foi possível, até o momento, criar-se uma cultura em torno das TVs não comerciais. A hegemonia das grandes redes privadas é tamanha que o assunto, entra governo, sai governo, continua marginalizado ou, como preferem os mais céticos, prudentemente esquecido.

Está passando da hora, portanto, da TV pública integrar a agenda nacional de prioridades. A experiência da PBS, bem mais flexível e próxima da realidade brasileira, pode ser um referencial interessante.

### **Referências bibliográficas**

CARMONA, Beth (org.) *O desafio da TV pública: uma reflexão sobre sustentabilidade e qualidade*. Rio de Janeiro. TVE Rede Brasil, 2003.

LEAL FILHO, Laurindo. *A melhor TV do mundo. O modelo britânico de televisão*. São Paulo, Summus, 1997.

JAMBREIRO, Othon. *A TV no Brasil do século XX*. Salvador, EDUFBA, 2002.

RINCÓN, Omar (org.) *Televisão pública: do consumidor ao cidadão*. Equador, Friedrich-Ebert-Stiftung. Proyecto Latinoamericano de Medios de Comunicación, 2002.