



TVERS: ESTADO, MERCADO E A MISSÃO DE SERVIÇO PÚBLICO

Valério Cruz Brittos

Professor no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da
Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS)
Doutor em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela Faculdade de Comunicação (FACOM) da
Universidade Federal da Bahia (UFBA)

Daniela Hoffmann Lobato

Mestranda em Ciências da Comunicação na Universidade do Vale do Rio dos Sinos

UNISINOS

Introdução

A relação entre comunicação e capital é um processo histórico, inerente ao capitalismo, que se configura pela formatação industrial dos processos midiáticos, num quadro de grande influência das indústrias culturais no mercado, por seu papel de publicização, onde se inclui a publicidade. Esta ligação com os capitais, cristalizada pelo neoliberalismo, atinge de uma forma muito particular as TVs educativas brasileiras, que, a partir da década de 90 do século XX, deparam-se com a descapitalização de seu controlador, o Estado, enquanto que, como emissoras públicas, estão regulamentadas segundo princípios que prejudicam sua plena integração à lógica publicitária.

As emissoras públicas de outros países também sofrem com a ameaça neoliberal configurada em movimentos de privatização e desestatização. Os dois modelos originais de televisão pública, o norte-americano e o britânico, passam por um momento de crise, em que se faz necessária uma redefinição do seu papel como veículos de comunicação. Ainda assim, na Europa a realidade é outra, pois as emissoras públicas tinham (e têm) um papel muito mais presente junto à sociabilidade e, em muitos países, atuavam sem a concorrência privada. A crise europeia também inicia-se antes, com uma década de antecedência.

Este artigo visa esboçar alguns elementos preliminarmente investigados acerca da



orientação da Televisão Educativa do Rio Grande do Sul – a TVERS – diante dos novos desafios e segundo as suas particularidades frente ao mercado onde atua. Considerando esses imperativos, são geradas uma série de tensões entre as finalidades institucionais da TVE gaúcha, consagradas na missão de serviço público, e suas estratégias para viabilizar-se financeiramente: a manutenção da TV pública repousa no limiar entre as exigências do Estado e as necessidades do capital. Ambas esferas remetem a lógicas distintas, que muitas vezes surgem como opostas no contexto de uma emissora pública. Neste paradoxo é que está retratada a instância reguladora que limita a ação do capital nas TVs públicas.

Capitalismo e televisão

Desenvolve-se esta investigação no âmbito da Economia Política da Comunicação, sendo o viés principal do estudo a inserção e influência do capitalismo contemporâneo numa empresa de comunicação subsidiada pelo Estado. Outorgando uma dimensão central à informação e à cultura, o desenvolvimento atual do modo de produção capitalista “amplia o poder explicativo da Economia Política da Comunicação e revela sua importância tanto no interior do campo da Economia Política, como no das Teorias da Comunicação”.¹ Trata-se a questão dos desafios da televisão pública na contemporaneidade um ponto relativo à posição da cultura, em sua articulação com o Estado e agentes econômicos, por isso constituindo-se num tópico relevante para a Economia Política da Comunicação, a qual por sua vez, encara a mídia em suas dimensões econômica, política e cultural. Além do mais, a Economia Política da Comunicação retrata, na sua origem, o debate sobre os dois modos de institucionalização da mídia eletrônica, o regime comercial e o serviço público.²

Além disso, é através desta disciplina que, na década de 70, se pondera sobre as diferentes formas de produção da Indústria Cultural, inclusive das institucionalizadas como serviço público. Com relação a isto César Bolaño comenta a concepção de Indústria Cultural como “mecanismo de mediação”:

¹ BOLAÑO, César; MASTRINI, Guillermo. **Economía Política de la Comunicación: un aporte marxista a la constitución del campo comunicacional**. Eptic On Line-Revista Electrónica Internacional de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación, Aracaju, v. 3, n. 3, sep./dic. 2001. Disponível em: <www.eptic.com.br>. Acesso em: 22 dez. 2002. p. 58.

² MATTELART, Armand; MATTELART, Michele. **História das teorias da comunicação**. 4. ed. São Paulo: Loyola, 2001. p. 124.

Nesse momento [pós-guerra], constituem-se, por exemplo, os dois modelos gerais (comercial e de serviço público) de organização dos sistemas nacionais de televisão, o que significa a adoção de duas soluções distintas, historicamente determinadas, que resolvem, de alguma forma e por algum tempo, as tensões entre as necessidades de publicidade e de propaganda do sistema e entre os imperativos do Estado e do capital em relação à comunicação de massa. Estamos aqui em cheio na dinâmica regulação-crise-regulação.³

Atualmente, os produtos culturais são preferencialmente concebidos desde a produção para circular conforme a lógica capitalista, fazendo dos veículos de comunicação entidades com função econômica, seja ela direta (produção de mais valia) ou indireta (através da publicidade). Disto não se exclui as dimensões política, social e cultural dos meios de comunicação, mas entende-se que todas acabam sendo perpassadas pelo capitalismo. No caso específico da TVERS, esta relação pode ser melhor compreendida a partir do momento que se adota a premissa de que o Estado é condição prévia à existência da TV Educativa como serviço público. A TV pública é mantida pelos cofres de um Estado capitalista, que estabelece definições legais para alinhá-la como serviço público, ainda que de uma maneira tosca, impedindo-lhe de disputar espaço publicitário que a aproximaria da lógica das emissoras comerciais de televisão.

A estabilidade dos sistemas estatais está abalada no mundo todo e os fatores responsáveis por isso podem ser identificados, de maneira geral, no avanço do neoliberalismo, no desenvolvimento das novas tecnologias e na ampliação da concorrência. São estes fatores que geram os movimentos característicos da globalização e alteram o papel do Estado diante da liberalização, privatização e desregulamentação de mercados.

Acredita-se que tal fenômeno [globalização] impõe desafios ao Estado nacional, por retirar-lhe a característica de agente com um poder demasiadamente assimétrico na relação com outros atores, já que estes passam a pesar definitivamente nas decisões políticas, econômicas e culturais, o que se reflete sobre o conjunto da complexidade social contemporânea. No entanto, defende-se que isto provoca um reposicionamento do Estado na atualidade, mas não um esvaziamento de suas atividades.⁴

³ BOLAÑO, César. **Indústria cultural, informação e capitalismo**. São Paulo: Hucitec, Polis, 2000. p. 20.

⁴ BRITTO, Valério. A presença do Estado na fase atual da globalização. **Cadernos do Ceas**, Salvador, n. 182, p. 31-45, jul./ago. 1999. p. 31.

Ao mesmo tempo em que estes fenômenos deslocam o Estado do seu papel central, revelam outras realidades que, por contraste, buscam fortalecer as identidades culturais e preservar os espaços locais diante da reconfiguração espaço-temporal delineada pela globalização. O Estado passa então a funcionar como regulador, principalmente no que concerne às esferas legislativas, porém, trabalhando principalmente em prol da iniciativa privada: passa a operar no sentido de tornar o mercado atrativo aos investimentos internacionais.

As políticas que regem as telecomunicações no Brasil são historicamente marcadas pelo protecionismo ao desenvolvimento da TV comercial. À TV pública restaram as amarras do decreto-lei 236/67 (promulgado em 1967), instrumento pelo qual a ditadura complementou o Código Brasileiro de Telecomunicações de 1962. O artigo 13 do decreto diz: “a televisão educativa se destinará à divulgação de programas educacionais, mediante a transmissão de aulas, conferências, palestras e debates”.⁵ Além disso, proíbe estas emissoras de receber qualquer tipo de doação, patrocínio e de veicular publicidade. É neste contexto que as emissoras públicas vêm lutando por mais autonomia, buscando sobreviver aos desafios que não se limitam ao desenvolvimento da TV comercial aberta, mas também à introdução dos canais pagos e do processo de digitalização, além da própria regulamentação.

Ainda assim, pressionadas pelos custos crescentes de produção, as emissoras educativas brasileiras, incluindo a própria TVERS, têm adotado, como prática de captação, o padrão de “apoio cultural” para veicular propaganda durante os intervalos da programação. Isto é uma forma de capitalização, permitindo driblar e fugir das amarras da legislação, o que, em alguma medida, representa aproximação destes canais de estratégias comerciais. Esta política de apoios culturais gera à TVERS um montante que oscila entre 5% e 10% da receita total da Fundação.

O debate acerca do papel da TV pública evidencia-se num momento em que se assiste à degradação dos conteúdos veiculados nos programas da TV aberta. A manutenção da sua função cultural e, por outro lado, a garantia da sua sobrevivência entre as emissoras privadas é um desafio de ordem mundial, até mesmo para os veículos já consolidados como a BBC. Na

⁵ BRASIL. Decreto-lei nº 236, de 28 de fevereiro de 1967. Complementa e modifica a Lei nº 4117, de 27 de agosto de 1962. **Senado Federal**. Disponível em: <<http://www.senado.gov.br>>. Acesso em: 26 abr. 2003.

Europa, a situação das emissoras, principalmente – mas não exclusivamente – públicas, é crítica, resultando as dificuldades financeiras dos problemas de fidelização e captação do consumidor. “Todas as 55 empresas de serviço público analisadas pelo Observatório Europeu do Audiovisual registaram prejuízos de US\$ 545,43 milhões em 2000”, chegando o saldo negativo da totalidade do sistema televisual a US\$ 1,414 bilhão.⁶

A análise dos modelos norte-americano e europeu fornece pistas para uma melhor compreensão da realidade da TV pública no Brasil atualmente: diferente da Europa, onde o sistema de televisão está sob o conceito do chamado *public service broadcasting* (radiodifusão de serviço público) fundamentado na BBC, o Brasil seguiu o modelo norte-americano e as televisões comerciais se estabeleceram antes das emissoras públicas.

Enrique Bustamante caracteriza os modelos fundadores a partir da predominância do modelo europeu de televisão estatal de serviço público:

Caracterizado por objetivos pedagógicos da oferta de programas, do financiamento dominante através de um imposto *ad hoc* (uma regra), e por uma sempre relativa, mas progressiva autonomização da respectiva gestão dos governos [...] E durante anos se converteu em um desenho de referência para a televisão estatal em todo o mundo. O Reino Unido, em especial, representou sua encarnação mais celebrada, junto com o também sistema misto japonês.⁷

Já nos Estados Unidos o modelo comercial predomina, caracterizado na sua origem pelo oligopólio estruturado a partir de três cadeias – NBC, CBS e ABC – mantidas exclusivamente com verbas advindas de fontes comerciais. A natureza desse modelo está baseada no mercado e não na ação governamental. Para Bustamante, o sistema norte-americano de televisão reúne esforços de coordenação não só das companhias, mas também do Governo, ocupando a TV pública um papel inferior.⁸ Atualmente, ambos os modelos são afetados pelos fenômenos que globalizam investimentos, conteúdos e tecnologias. A criação de oligopólios, envolvendo setores como a indústria de cinema, provedores de internet, telefonia móvel e fixa, é uma realidade que atinge o mundo todo. A regulamentação desses oligopólios remete ao novo papel do Estado, que passa a gerenciar e promover seus “domínios” no intuito de captar investimentos. Entretanto, a tarefa estatal não se esgota aí.

⁶ LOPES, Maria. Finanças das televisões públicas europeias afundam-se. **Público**, Lisboa, 19 abr. 2002.

⁷ BUSTAMANTE, Enrique. **La televisión económica**: financiación, estrategias y mercados. Barcelona: Gedisa, 1999. p. 31.

⁸ *Ibid.*, p. 32.



Diante dessa configuração econômica há a dimensão que trata da existência de uma esfera pública sob o capitalismo. Referente a isso, Bolaño diz que:

A internacionalização da concorrência no setor de televisão e o interesse de novos e grandes capitais [...] ameaçam as próprias estruturas oligopólicas que se desenvolveram nos países de sistema comercial, como os da América Latina, onde o tema das relações entre o Estado e capital na Indústria Cultural adquire particular importância, num momento em que a consolidação da democracia exige discussão profunda sobre a democratização da informação e a estrutura ideal dos sistemas de comunicação social.⁹

Neste sentido os conceitos de serviço público, bem público e interesse público servem à análise do papel regulatório do Estado. Considerando a realidade da América Latina, a visão de Othon Jambeyro, ao falar de uma “época de comercialização da esfera pública”,¹⁰ sintetiza a idéia do quanto o liberalismo econômico intervém na democratização da comunicação e nas funções do Estado.

Obstáculos e audiência

A questão que se coloca a partir deste contexto diz respeito ao limiar já mencionado, quando a busca de maior autonomia administrativa e financeira em relação ao Estado tensiona o ideal de emissora pública pretendido pela TVERS, expresso pela inclusão social e pela pluralidade que a democratização dos veículos públicos se propõe atender. Diante do capitalismo que avança sobre as instituições e sobre o próprio Estado, a emissora pública se depara com obstáculos a serem contornados para que se justifique a manutenção de sua estrutura, sem perder de vista os princípios previstos na Constituição de 1988: preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas; promoção da cultura nacional e regional e estímulo à produção independente que objetive sua divulgação; regionalização da produção cultural, artística e jornalística, conforme percentuais estabelecidos em lei; e respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família.¹¹ Assim como a esfera pública se afasta da privada em alguns momentos, em outros elas se confundem no propósito de fazer

⁹ BOLAÑO, César, op. cit., p. 22.

¹⁰ JAMBEIRO, Othon. **Regulando a TV: uma visão comparativa no Mercosul**. Salvador: Edufba: 2000. p. 160.

¹¹ BRASIL. Constituição da República Federativa do Brasil. **Senado Federal**. Disponível em: <<http://www.senado.gov.br>> Acesso em: 26 fev. 2001.

perdurar instâncias excluídas pelos fenômenos da globalização e do neoliberalismo.

Na verdade, há uma contradição – entre os propósitos essencialmente de racionalidade e discursividade e a realidade publicitária ou entre uma meta aglutinadora e uma prática excludente – que acompanha a noção de esfera pública *habermasiana*, organização político-sócio-econômica forjada na confluência da decadência do feudalismo e da ascensão do pré-capitalismo, no século XVI. Conforme Habermas, a tensão entre Estado e sociedade é constituinte da esfera pública burguesa, a qual se torna parte do setor privado, havendo, com a expansão das relações econômicas de mercado, “a esfera do ‘social’ que impede as limitações da dominação feudal e torna necessárias formas de autoridade administrativa”.¹²

Hoje, o contexto de separação e diálogo (principalmente) entre público e privado tem a comunicação ocupando um lugar crucial, uma vez que o espaço de debate e de visibilidade pública passa, ou é perpassado, pela mídia, permitindo o vislumbre de um potencial democrático e democratizador mesmo de meios tradicionais, como a TV pública. Há, portanto, duas variáveis históricas a considerar nesta análise: a constituição da esfera pública e a concepção da Indústria Cultural. Ambas servem de pano de fundo à análise das lógicas da TVE, pois se relacionam estreitamente com os conceitos de publicidade e propaganda: a distinção entre ambos serve aos objetivos do trabalho, uma vez que se trata da mudança no papel do Estado – idealizador de uma esfera pública democrática – enquanto regulador de uma Indústria Cultural:

Ambas as formas da comunicação se complementam e se contrapõem como conseqüência não tanto de um processo de burocratização mas fundamentalmente por causa da expansão da lógica capitalista aos mais amplos setores da sociabilidade humana [...] Mas se o resultado de tudo isso é a confusão entre publicidade e propaganda em nível concreto, isso não elimina o fato de que a tensão entre essas duas formas gerais da informação no capitalismo esteja sempre presente e reapareça sempre, ainda que de forma mascarada, como, por exemplo, na disputa entre capital e Estado pelo controle dos meios de comunicação de massa, cujo lance mais espetacular foi a luta em torno da privatização e da desregulamentação da TV européia que se inicia, a bem da verdade, antes da própria constituição dos sistemas estatais, mas que se torna dramática nos anos 80.¹³

¹² HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural da esfera pública**: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984. p. 169.

¹³ BOLAÑO, César, op. cit., p. 92.

Uma breve leitura sobre as Diretrizes da Fundação Cultural Piratini, instituição provedora da FM Cultura e da Televisão Educativa do Rio Grande do Sul – ambos veículos estatais de direito privado – revela a preocupação quanto à lógica da competição entre as emissoras comerciais, tida como catalizadora da falta de qualidade e pobreza de conteúdos que assola os meios de comunicação. Relativamente a esta situação o texto explicita que a sociedade organizada não possui uma “compreensão estratégica” sobre a função da mídia, ou seja, apesar de sentirem “o incômodo dos seus efeitos”, “não conseguem gerar base de consenso em torno de um projeto para o seu controle e orientação em bases democráticas”, o que é agravado devido à ausência de espaços institucionais que permitam o debate acerca da questão comunicacional.¹⁴

A lógica da audiência pouco esclarece sobre o que o público entende por qualidade. Neste sentido, quando se diz que falta qualidade à programação, fica subentendido o empobrecimento cultural dos formatos atuais. O debate sobre qualidade da programação, conteúdos veiculados e disputa pela audiência não se esgota, revelando-se de uma forma peculiar quando se refere ao sistema público de radiodifusão. Esta abordagem toma outras proporções na medida em que o conceito de cultura “como vocação da televisão é encarado como sinal de revivalismo conservador e nostálgico, desadequado e antiquado, enquanto que falar em qualidade é aceitar e compreender a inovação, o desenvolvimento, a atualidade dos fenômenos, sem esquecer a defesa de valores, padrões e princípios fundamentais”.¹⁵

As emissoras públicas têm enfrentado grandes dificuldades para se manter no mercado. Um dos motivos é que o produto mais vendido ultimamente – a banalização do real, a erotização e a violência produzido pelas emissoras privadas, vai contra a finalidade da TV pública prevista na Constituição: de promover a cultura, a cidadania, a família, a educação. Apesar da dificuldade de detalhamento deste conceito, Maria Cristina Lasagni e Giuseppe Richeri conseguiram, através de técnicas diversas, resumir a qualidade televisiva em diversidade, relação entre conteúdo e realidade, excelência nos aspectos formais, relevância temática, impacto no público, ética na relação com o telespectador, sucesso econômico,

¹⁴ FUNDAÇÃO CULTURAL PIRATINI. **Diretrizes para as emissoras da Fundação Cultural Piratini**. Disponível em: <<http://www.tve.com.br/institucional/concelho>>. Acesso em: 12 jan. 2001.

¹⁵ SOARES, Tânia de Moraes. **A “re-regulamentação” do mercado televisivo face à vocação cultural da televisão**. Disponível em: <<http://www.cav.iscte.pt/pt/documentos/re-reorgtv/>>. Acesso em: 5 maio 2001.

identidade e maneiras de representação dos gêneros e da violência.¹⁶

Então, considerando qualidade como sinônimo da diversificação de gêneros, formatos, linguagem e também como valores investidos na produção, pode-se afirmar que a qualidade da TV pública brasileira está em cheque. Por motivos que divergem da situação das emissoras privadas, a falta de qualidade da sua programação está, principalmente, relacionada aos recursos financeiros limitados. Neste sentido, as diretrizes da Fundação esclarecem que:

Para o cumprimento das demais finalidades atribuídas às emissoras da Fundação Piratini, é essencial que estas se proponham a, efetivamente, qualificar-se para a disputa de público em escala massiva. É o sucesso nesta disputa que lhe permitirá cumprir o papel cultural que o Conselho está lhe atribuindo, no sentido de capacitar os cidadãos, de estimular a qualificação do mercado e proporcionar experiências culturais edificantes e prazerosas.¹⁷

Através deste registro, fica claro o interesse desta emissora em ampliar sua audiência, aproximando-se das estratégias adotadas pelas emissoras privadas, a partir do momento em que se dispõe a “disputar público”: o termo disputa configura a presença da concorrência. Daí a percepção de sua inclusão no mercado sob a égide da regulamentação de veículo público. Um ponto importante a ser considerado aqui é a visão da Direção com relação à sua dinâmica de programação: “Sempre partimos do pressuposto de que não somos uma TV de audiência genérica. Somos quase uma TV com características de cabo em sinal aberto”.¹⁸ Referente a esta declaração pode-se detectar uma cumplicidade entre as educativas que compõem a Associação Brasileira de Emissoras Públicas Educativas e Culturais – ABEPEC. A passagem a seguir consta de uma entrevista concedida por Jorge Luis Cunha Lima, presidente da TV Cultura de São Paulo, e comentada na dissertação de Mestrado de Flávio Porcello:

Quanto ao aspecto da cultura, ele [Cunha Lima] observou que não basta fazer a divulgação dos valores comerciais da arte, é preciso destacar fortemente os valores artísticos locais para o grande público, evitando que apenas o já consagrado tenha valor; e sobre o aspecto da informação, aí aparece um terreno perigoso: a TV comercial tem pauta compulsória, o formato e o conteúdo das notícias são os mesmos e dá a impressão de que o mundo é só isso: “A pauta da TV pública não pode ficar à mercê deste ‘processo metralhadora’, ela tem que ser temática porque vivemos num mundo que informa muito mas não explica nada”, assinalou Cunha Lima.

¹⁶ LASAGNI, Maria Cristina; RICHERI, Giuseppe. **Televisione e qualità: la ricerca internazionale, il dibattito in Italia**. Roma: RAI, 1996. p. 19, 31, 52, 54, 71, 106, 165, 179.

¹⁷ FUNDAÇÃO CULTURAL PIRATINI, op. cit.

¹⁸ CARMO, Carlos. **Entrevista concedida pelo diretor de Programação da TVERS na gestão 1999-2002, Porto Alegre**. Mensagem recebida por <doppia@terra.com.br> em 26 nov. 2002.



Sobre a TV Cultura de São Paulo, da qual é o presidente, ele a definiu como “uma TV a cabo que funciona entre as TVs abertas.”¹⁹

Esta visão, ainda que contenha uma equiparação frágil entre o sistema público e o sistema a cabo, alerta para a necessidade de ampliar o contexto a ser investigado: cabe aqui a inserção da TV pública no período atual da televisão brasileira, a *Fase da Multiplicidade da Oferta*, caracterizada pelo aumento do número de canais disponíveis ao consumidor, provocando uma maior concorrência entre as emissoras, decorrendo daí a popularização das programações.²⁰ Isto significa que não só a dinâmica interna das emissoras públicas deve ser considerada, mas também aquela que rege o ambiente em que estão inseridas e que atualmente retrata a multiplicação de outras modalidades de serviço, de tecnologia e de programação. A TV educativa se depara com a convergência de tecnologias e proliferação de canais de uma forma muito peculiar, pois o que à primeira vista sugere o acirramento pela disputa de audiência, para a TV pública torna-se um possível meio de amenizar algumas deficiências. Exemplo disso é o texto que regulamenta a TV a cabo, que contém um parágrafo que dispõe sobre a obrigatoriedade das operadoras de televisão desta modalidade “destinar parte dos canais à transmissão das emissoras geradoras abertas locais e os canais legislativo, universitário, educativo-cultural e comunitário”²¹ (canais denominados “básicos”). Essa obrigatoriedade acena como um meio de suprir as dificuldades referentes à cobertura do sinal das TVs públicas (e outros pequenos canais, com atuação comercial) que, no caso da TVERS, não está disponível para todo o território gaúcho.

Incompatibilidades e publicidade

Mas o grande desafio da TVERS é, sem dúvida, articular o papel do Estado (como pré-condição para manter-se pública) com a incompatibilidade de uma estrutura burocrática diante das necessidades intrínsecas da emissora. A ingerência estatal pode ser sintetizada em dois fatos: a estruturação do corpo dirigente da instituição – que é nomeado pelo governador

¹⁹ PORCELLO, Flávio. **Limites e possibilidades da televisão universitária**. 2000. Dissertação de Mestrado (Mestrado em Comunicação Social) – Faculdade de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre. p. 46.

²⁰ Ver BRITTOS, Valério. A televisão no Brasil, hoje: a multiplicidade da oferta. **Comunicação & Sociedade**, São Bernardo do Campo, n. 31, p. 9-34, 1. sem. 1999.



do Estado; e a onda de privatizações, que desencadeou um Plano de Demissão Voluntária reduzindo em aproximadamente 27% a força de trabalho no ano de 1997, para posteriormente dar início a um processo de reconstituição do quadro de pessoal – através de um concurso público cujo processo teve início em junho de 1999.

Outro indício de vínculo estatal, que está presente no cotidiano da TVERS, é a relação estabelecida entre a Diretoria de Marketing da TVERS e o Secretário Geral da Comunicação: grande parte das ações promocionais da TVERS são submetidas à apreciação da Secretaria de Comunicação. Ainda que algumas vezes se detecte um certo grau de “insubordinação” por parte da TVERS,²² sempre ficou clara a vinculação da Fundação Cultural Piratini com este órgão da administração direta. Este é outro ponto conflitante: pelo Estatuto, a TVERS está vinculada à Secretaria da Cultura do Estado. Porém, na prática, a Secretaria de Comunicação supervisiona as campanhas institucionais da Fundação enquanto que a Secretaria da Cultura continua respondendo pela parte estritamente administrativa (autorização de viagens, por exemplo). A Fundação Cultural Piratini possui estes dois vínculos, além de ser atendida por duas agências de publicidade licitadas através de um consórcio promovido pelo governo estadual.

A TVE do Rio Grande do Sul pertence a uma Fundação mantida pelo Poder Público, e por isso está submetida ao controle interno pelo Executivo e à fiscalização financeira e orçamentária do Tribunal de Contas.²³ Apesar deste vínculo, necessita de uma reformulação para manter-se e qualificar-se como veículo de comunicação sob a égide de entidade de direito privado, sem fins lucrativos. As nuances típicas de órgão público convivem com um certo deslocamento da TVERS enquanto emissora estatal. A sua re-regulamentação tem a ver com uma nova concepção de emissora pública, que quer se desvencilhar da denominação estatal, e que está sendo difundida entre as emissoras pertencentes à Associação Brasileira de Emissoras Públicas Educativas e Culturais – ABEPEC. A re-orientação das emissoras que funcionaram como cabeças-de-rede na Rede Pública de Televisão – RPTV, demonstra os

²¹ BRITTO, Valério. **Recepção e TV** a cabo: a força da cultura local. 2. ed. São Leopoldo: Ed. Unisinos, 2001. p. 170.

²² O “grau de insubordinação” refere-se à possibilidade de negociação com este órgão. Geralmente as atividades promocionais são concebidas pela Diretoria de Marketing e apresentadas à Assessoria de Comunicação do Palácio Piratini como uma mera informação compartilhada. Entretanto, em 2002 uma peça promocional foi vetada pela Assessoria e mesmo assim foi produzida por decisão do Presidente da Fundação.

²³ RIO GRANDE DO SUL. Lei nº 10535, de 8 de agosto de 1995. Altera a estrutura organizacional e a denominação da Fundação Rádio e Televisão Educativa. **Assembléia Legislativa do Estado do Rio Grande do Sul**. Disponível em: <<http://www.al.rs.gov.br>>. Acesso em: 25 abr. 2003.



artifícios para fugir à ingerência governamental (caso da TVE Brasil do Rio que se tornou Organização Social em 1995) e a crise que atinge o setor de uma forma geral (em fevereiro deste ano a TV Cultura demitiu mais de 200 funcionários do seu quadro).

Neste sentido, Gustavo Buzzatti Pacheco detecta:

Uma situação peculiar no Rio Grande do Sul estabeleceu que, desde 1982, nenhum partido político conseguiu permanecer no Governo do Estado, em seqüência, mais do que os quatro anos que formam um mandato. Invariavelmente, durante os governos, a Fundação esteve sujeita a adequar sua função pública aos projetos políticos. Essa influência não esteve restrita simplesmente a veiculação da propaganda oficial, mas de forma muito mais drástica, alinhou a estratégia da instituição aos objetivos e à visão de cada um dos governos e colaborou para que a Instituição não conseguisse firmar uma imagem própria.²⁴

A alternância de governo sempre refletiu nos veículos geridos pela Fundação Cultural Piratini, especificamente na TVERS, detectando-se mudanças que vão desde a logotipia, passando pela linha editorial e atingindo até o próprio nome da instituição. Isso indica que, mesmo que exista o comprometimento de uma determinada gestão com a reformulação da TVE enquanto veículo público, esta reformulação tem período definido de duração, insuficiente para construir e consolidar uma identidade, dificultando também a construção de um espaço verdadeiramente público.

Os obstáculos impostos por aspectos legais não estão retratados apenas nos processos burocráticos que envolvem a gerência da TVERS, eles iniciam na própria conceituação do que é uma emissora pública: detecta-se que entre as TVs assim classificadas existe uma série de diferenças quanto às estratégias de mercado, público alvo, financiamento e influência do Estado, que podem ser encontradas não só entre as emissoras públicas nacionais, como também entre as de outros países. A TVE do Rio Grande do Sul, ao lado da TV Cultura de São Paulo e da TVE Brasil do Rio de Janeiro, é pioneira neste movimento de regulamentação que busca afastar-se da visão estatal para constituir-se numa empresa pública, de interesse público que atenda às demandas públicas. Neste período marcado pela desestatização e, conseqüentemente, pelas privatizações, a TVERS torna-se vulnerável aos fenômenos desencadeados pela globalização e pelo neoliberalismo. Diante do desafio de justificar sua

²⁴ PACHECO, Gustavo Buzzatti. **Estudo da estrutura administrativa da Fundação Cultural Piratini Rádio e Televisão**. 2001. Monografia (Especialização em Gestão Empresarial) – Escola de Administração, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre. p.12.



manutenção enquanto veículo público mantido pela verba estatal, a TVE insere-se no grupo de empresas que precisam adaptar-se aos novos padrões impostos pelo mercado, carregada de uma série de limitadores que partem da regulamentação e estendem-se até a sua missão como a emissora de TV educativa do Rio Grande do Sul.

Esta discussão não é externa à emissora: a própria TVE gaúcha vem incentivando o debate sobre o papel dos veículos públicos de radiodifusão através de espaços²⁵ de reflexão, onde várias personalidades ligadas ao meio contribuíram com seus depoimentos, oportunizando a participação não só do público externo, como do público interno da emissora. Paralelamente, na dinâmica de redefinição do seu papel fica clara em documentos da Diretoria Executiva e do Conselho Deliberativo, composto por representantes de entidades sociais gaúchas. Assim, a partir da compreensão do que constitui o caráter público da TV Educativa do Rio Grande do Sul, é necessário, para alterar o quadro atual, o despertar do interesse da sociedade gaúcha enquanto contribuinte deste serviço que tem, aliadas à sua função cultural, as obrigações de servir aos interesses do público.

Assim como no âmbito do mercado a regulação estatal justifica pelo inegável interesse coletivo presente em toda a atividade de comunicação massiva, a existência de meios públicos se justifica pela necessidade de possibilitar alternativas de comunicação que dêem conta de todas as demandas culturais que não cabem nos parâmetros do mercado, sejam elas provenientes das maiorias ou das minorias [...] É dizer que hoje a televisão pública pode nos ajudar a ser cidadãos do mundo sem que isto nos desarraigue nem da cultura latino americana nem de nossas culturas mais locais.²⁶

Neste sentido, a defesa de Martín-Barbero é que a TV pública permite que a cultura atravesse qualquer conteúdo ou gênero veiculado; dá conta da fragmentação e efemeridade cotidiana, permitindo unificar gêneros e discursos mais díspares; promove-se como espaço de socialização entre as mais diferentes classes; e dá conta de integrar o público ao mesmo tempo em que reconhece as diversidades sociais, culturais e ideológicas. Esta concepção pode

²⁵ No Fórum Social Mundial/2002 a TVERS promoveu, em parceria com a ABEPEC, uma oficina sobre a TV pública no Brasil. *O melhor do INPUT* (International Public Television Screening Conference) foi uma co-promoção da TVERS com a Zeppelin produtora, que exibiu, durante cinco dias, as melhores produções de TV provenientes de mais de 50 países. O Seminário sobre Radiodifusão Pública foi uma promoção do Conselho Deliberativo, realizado na FDRH de Porto Alegre, tendo como público alvo os funcionários da Fundação Cultural Piratini. O projeto Qualificação é desenvolvido junto ao público interno e já promoveu painéis sobre Mídia e Política. Conceito de Radiodifusão Pública, entre outros. O *Antena da Aldeia*, o *Frente a Frente* e o *Jornal da Cidadania* já se utilizaram desta pauta como temática de alguns programas.

²⁶ MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Televisión pública, televisión cultural**: entre la desaparición y la reinvencción. Disponível em: <http://www.bazaramericano.com/bazar/articulos/tv_barbero.asp>. Acesso em: 24 abr. 2003.



parecer utópica, mas não distancia-se da atual proposta da TVERS. Nesse sentido, porém, é necessário pensar que a TV não se faz exclusivamente por programas, mas também de publicidade. Relativo a isso, Mattos complementa o panorama, ao introduzir as visões positiva e negativa da publicidade na televisão: a primeira defende-a como elemento que reduz os custos dos veículos para os telespectadores e os informa sobre os atributos dos produtos existentes à sua disposição; já a segunda consiste na hipótese de que a publicidade modifica os meios de comunicação, na medida que estes deixam de disseminar informação e educação para se transformarem em veículos de ligação comercial entre consumidores e produtores, além de “corroer a cultura nacional”.²⁷

Considerações finais

Hoje, a missão de serviço público é definitivamente desafiada, estando, no bojo disso tudo, a mudança econômico-política, com a reordenação do capitalista, onde se insere também a degradação do Estado e sua capacidade de sustentar as emissoras, cujos custos são cada vez mais elevados. Se veicular o que é de interesse público é fundamental e diz respeito à função de emissora pública do Estado, o que é interesse *do* público também constitui a demanda a ser atendida pelo *serviço público* que é mantido pelo *público-contribuinte*. A grande questão é que nem sempre o interesse público e o interesse do público convergem. Assim, se a programação deveria constituir-se na esfera pública contemporânea, deve-se ter em mente que ela está perpassada pela lógica capitalista – mesmo na grade de uma TV pública. Daí já é possível detectar algumas mudanças na concepção da mídia enquanto espaço público, o que ficará mais nítida na medida em que avançar esta pesquisa, em seus passos futuros.

Neste quadro de mudança (na sociedade e nos sistemas televisuais), importa discutir *qual é o papel que resta ao serviço público de televisão*, que se revela numa crise de identidade, devido à tendência para copiar a programação das televisões comerciais em conflito com as finalidades dispostas na Constituição; numa “dupla crise de financiamento”, porque a legislação proíbe receitas advindas da publicidade e o Estado, por sua vez também em crise, precisa investir em saúde, educação, previdência social e, por fim, numa crise de

²⁷ MATTOS, Sérgio, **História da televisão brasileira**: uma visão econômica, social e política. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 2002. p.66.



legitimidade, porque sem identidade, qualidade e recursos, a tese da necessidade de um serviço público acaba por ser posta em causa. Em meio a isso tudo, as emissoras de origem educativa e de busca de um perfil público, como a TVERS, tentam reestruturar-se e construir padrões próprios, na disputa entre a necessidade de capitalização (e conquista de uma fatia considerável do público) e a missão do serviço público, ligada às necessidades democráticas.

Referências

- BOLAÑO, César; MASTRINI, Guillermo. **Economía Política de la Comunicación: un aporte marxista a la constitución del campo comunicacional**. Eptic On Line-Revista Electrónica Internacional de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación, Aracaju, v. 3, n. 3, sep./dic. 2001. Disponível em: <www.eptic.com.br>. Acesso em: 22 dez. 2002.
- _____. **Indústria cultural, informação e capitalismo**. São Paulo: Hucitec, Polis, 2000.
- BRASIL. Decreto-lei nº 236, de 28 de fevereiro de 1967. Complementa e modifica a Lei nº 4117, de 27 de agosto de 1962. **Senado Federal**. Disponível em: <<http://www.senado.gov.br>>. Acesso em: 26 abr. 2003.
- _____. Constituição da República Federativa do Brasil. **Senado Federal**. Disponível em: <<http://www.senado.gov.br>> Acesso em: 26 fev. 2001.
- BRITTOS, Valério. **Recepção e TV a cabo: a força da cultura local**. 2. ed. São Leopoldo: Ed. UNISINOS, 2001.
- _____. A televisão no Brasil, hoje: a multiplicidade da oferta. **Comunicação & Sociedade**, São Bernardo do Campo, n. 31, p. 9-34, 1. sem. 1999.
- _____. A presença do Estado na fase atual da globalização. **Cadernos do Ceas**, Salvador, n. 182, p. 31-45, jul./ago. 1999.
- BUSTAMANTE, Enrique. **La televisión económica: financiación, estrategias y mercados**. Barcelona: Gedisa, 1999.
- CARMO, Carlos. **Entrevista concedida pelo diretor de Programação da TVERS na gestão 1999-2002, Porto Alegre**. Mensagem recebida por <doppia@terra.com.br> em 26 nov. 2002.
- FUNDAÇÃO CULTURAL PIRATINI. **Diretrizes para as emissoras da Fundação Cultural Piratini**. Disponível em: <<http://www.tve.com.br/institucional/concelho>>. Acesso em: 12 jan. 2001.
- HABERMAS, Jurgen, **Mudança estrutural da esfera pública: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.
- JAMBEIRO, Othon. **Regulando a TV: uma visão comparativa no Mercosul**. Salvador: Edufba: 2000.



- LASAGNI, Maria Cristina; RICHERI, Giuseppe. **Televisione e qualità: la ricerca internazionale, il dibattito in Italia**. Roma: RAI, 1996.
- LOPES, Maria. Finanças das televisões públicas europeias afundam-se. **Público**, Lisboa, 19 abr. 2002.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Televisión pública, televisión cultural: entre la desaparición y la reinención**. Disponível em: <http://www.bazaramericano.com/bazar/articulos/tv_barbero.asp>. Acesso em: 24 abr. 2003.
- MATTELART, Armand; MATTELART, Michele. **História das teorias da comunicação**. 4. ed. São Paulo: Loyola, 2001.
- MATTOS, Sérgio, **História da televisão brasileira: uma visão econômica, social e política**. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 2002.
- PACHECO, Gustavo Buzzatti. **Estudo da estrutura administrativa da Fundação Cultural Piratini Rádio e Televisão**. 2001. Monografia (Especialização em Gestão Empresarial) – Escola de Administração, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre.
- PORCELLO, Flávio. **Limites e possibilidades da televisão universitária**. 2000. Dissertação de Mestrado (Mestrado em Comunicação Social) – Faculdade de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre.
- RIO GRANDE DO SUL. Lei nº 10535, de 8 de agosto de 1995. Altera a estrutura organizacional e a denominação da Fundação Rádio e Televisão Educativa. **Assembléia Legislativa do Estado do Rio Grande do Sul**. Disponível em: <<http://www.al.rs.gov.br>>. Acesso em: 25 abr. 2003.
- SOARES, Tânia de Moraes. **A “re-regulamentação” do mercado televisivo face à vocação cultural da televisão**. Disponível em: <<http://www.cav.iscte.pt/pt/documentos/re-reorgtv/>>. Acesso em: 5 maio 2001.