



Reflexões Sobre a TV Pública ¹

Patrícia Maurício ²

Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro

RESUMO

Este trabalho pretende fazer uma reflexão sobre a criação da TV Brasil a partir de pensadores críticos da pós-modernidade, como Zygmunt Bauman, André Gorz e Slavoj Žižek. A TV pública é pensada, de forma breve, a partir de alguns aspectos históricos que levaram à ideologia que serve de base à sua criação. Em seguida, tratamos do público da nova TV ao pensar sobre individualidade e coletividade; e da produção, ao trazer à luz os debates sobre o que é a comunidade – que pode ser a base para produções independentes e regionais – no mundo pós-moderno. A questão que permeia todo o trabalho é a do mercado interferindo no serviço público.

PALAVRAS-CHAVE: televisão; serviço público; democratização da comunicação; capitalismo; pós-modernidade.

TEXTO DO TRABALHO

INTRODUÇÃO

A TV pública, projeto do governo batizado de TV Brasil ao se tornar concreto, começou a funcionar em dezembro de 2007, com a fusão das TVs Educativas do Rio de Janeiro e do Maranhão, TV Nacional (Brasília) e um novo canal, o 4 da Net, em São Paulo, este último funcionando a partir de 14 de maio deste ano. A TV Brasil está subordinada à EBC (Empresa Brasil de Comunicação), ligada ao Ministério do Planejamento.

A intenção do governo é ampliar esta rede com a adesão de outras TVs da esfera pública, como as educativas estaduais, as universitárias ou comunitárias. De acordo com

¹ Trabalho apresentado na NP Políticas e Estratégias de Comunicação, do VIII Nupecom – Encontro dos Núcleos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutoranda em Comunicação pela ECO-UFRJ e professora do Departamento de Comunicação Social da PUC-Rio, email: patriciamauricio@uol.com.br.

o site da EBC, “a adesão será voluntária, mas há grande interesse entre as emissoras estaduais. Todos vão ganhar com o formato de rede, sobretudo as TVs isoladas, que precisam de apoio e recursos para se modernizarem e migrarem para o sistema digital”. Ainda segundo o site, as emissoras serão repetidoras da grade nacional da TV Brasil, reservando pelo menos quatro horas para a programação local, mas não num formato vertical, com uma cabeça de rede definindo a programação da rede. A previsão é de que um comitê de programação, com representantes de todas as emissoras associadas, defina a programação, com produções de todas compondo a grade nacional. Há previsão ainda de editais para seleção de programas independentes a ser veiculados pela rede. De acordo com Bolaño e Brittos (2008, p. 2), a TV Aperiipê, controlada pelo governo do estado de Sergipe, foi a primeira a afiliar-se à rede.

O modelo da TV Brasil também inclui o Conselho Curador, com 20 conselheiros, 15 dos quais representantes da sociedade, de variadas correntes de pensamento, regiões e formações profissionais. Este Conselho vai aprovar anualmente um plano de trabalho e fiscalizar a sua implementação, tendo poderes, inclusive, para aprovar voto de desconfiança ao diretor-presidente, a um diretor isoladamente ou a toda a diretoria. A idéia da TV pública neste atual modelo vem sendo debatida e proposta por movimentos sociais ligados às comunicações há muitos anos (embora esteja longe de todos ficarem satisfeitos com a versão implantada), e, no atual governo, os ideais que nortearam a sua criação foram responsáveis também por propostas como a Ancinav, órgão que regularia e fiscalizaria a produção audiovisual no país (abatido por pressão das emissoras comerciais) e o modelo brasileiro de TV digital proposto pelo Ministério das Comunicações na gestão Miro Teixeira, que teve o mesmo destino da Ancinav. A TV pública seria então, junto com o projeto de lei que propõe cotas para a produção nacional na TV por assinatura, provavelmente os últimos suspiros da tentativa de democratizar as comunicações ainda no atual governo.

QUESTÕES TEÓRICAS SOBRE A DEFINIÇÃO DO MODELO

Alguns dos autores que fazem reflexões sobre a pós-modernidade, mesmo não tratando especificamente de televisão, ajudam a entender e a formular questões pertinentes sobre a criação da TV pública no Brasil. Mas podemos começar indo ao passado, buscar no pioneiro do rádio e da TV brasileiros, Edgard Roquette Pinto, os

fundamentos da ideologia por uma TV democrática, explicitados neste trecho de artigo da edição comemorativa de um ano da revista Rádio, em 1923:

A Radio Sociedade do Rio de Janeiro, a Sociedade Radio Educadora Paulista, o Radio Club do Recife, a Radio Sociedade da Bahia, o Radio Club de S. Paulo, o Radio Club de Curitiba, o Radio Club do Ceará, a Radio Sociedade Rio Grandense, o Radio Club do Brasil, que acaba de fundar ao nosso lado, e todos os outros *centros de cultura* que se formarem no paiz; dispostos a se entregarem à nossa obra, elevada e pura, *sabendo resistir de todo ponto às tentações do mercantilismo grosseiro*, todos os que se gruparem para propagar no Brasil a radiotelephonia como processo de informação popular, para diffundir a sciencia, a literatura, a musica, todos os que se gruparem para impedir que a radiotelephonia seja empregada no Brasil como uma nova arma para explorar o povo, hão de contar sempre com o nosso apoio decidido, energico e franco. (grifos meus) (ROQUETTE PINTO, 1923, p. 8)

Naquele momento, o rádio ainda não era o veículo de massas que viria a se tornar – no Rio - apenas 965 residências tinham o aparelho receptor -, mas Roquette Pinto sabia que rapidamente o rádio atingiria um grande público e, por isso, estava preocupado com o conteúdo que seria transmitido. E a outra grande preocupação do momento – e também a grande disputa – era como financiar este veículo. De um lado, estava a taxa anual, paga pelos então chamados “amadores” (ouvintes), que sustentava as emissoras, como se fossem realmente sócios de um clube (como diziam os nomes de várias destas rádios), ou como uma conta de luz ou de outro serviço público. Já naquela época era possível antever – ou, pelo menos, os defensores da taxa poderiam – que isso trazia independência para as emissoras, uma vez que seu próprio público as sustentava.

De outro lado, os defensores da publicidade diziam que ela seria a solução para difundir a cultura para todos, porque a maioria do povo era pobre e não poderia pagar a taxa, logo, não teria o rádio. Só que as emissoras comerciais sustentadas pela publicidade, como se viu tanto no rádio como na televisão, que seguiu o mesmo modelo, estavam bem menos interessadas em difundir a cultura e ajudar o povo a combater a pobreza (se é que havia algum interesse) do que em fazer programas de grande audiência que permitissem vender bem os comerciais. Em 1932 Getúlio Vargas autoriza a publicidade no rádio brasileiro sem nenhuma contrapartida, como uma legislação sobre o conteúdo que garantisse o uso do rádio em benefício do povo. Para quem defendia o meio de comunicação como instrumento de cultura e luta contra a pobreza, como Roquette Pinto, só restou doar a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, fundada por ele, ao Ministério da Educação em 1936 – é a atual Rádio MEC, que luta há décadas com os recursos insuficientes repassados pelo governo federal. A televisão,

embora os primeiros experimentos aqui tenham sido feitos por Roquette Pinto, já foi implantada no Brasil, por Assis Chateaubriand, no modelo comercial vigente para o rádio. Do jeito que ficaram as regras para o rádio e a TV no Brasil, as empresas tratam seu conteúdo como produto e os telespectadores como consumidores potenciais destes produtos e daqueles anunciados por seus patrocinadores.

Para autores como Leal Filho (1997), só é pública a emissora de TV financiada diretamente pelo público, como queria Roquette Pinto e como é a britânica BBC. Se o dinheiro vier dos cofres do governo, a emissora é estatal, o que pode trazer implicações como a interferência do governo do dia no conteúdo. No site da TV Brasil, seção “Tire suas dúvidas”, a definição é a seguinte:

TV Pública não é o mesmo que TV governamental ou estatal, embora a confusão seja natural pelo fato de não termos, no Brasil, uma TV pública que realmente corresponda a este conceito. TV Pública é aquela que não se pauta pela lógica econômico-comercial da TV privada e que não é, também, subordinada ao poder político, seja ele de partidos, governos e poderes, mesmo que seu financiamento dependa muito do setor público. Quando faz isso, o Estado está devolvendo aos cidadãos uma parcela dos impostos na forma de um serviço de comunicação independente, voltado para a cidadania. Neste sentido, a TV Pública deve ser vista como uma instituição da sociedade civil, que participa do gerenciamento de seu conteúdo e de sua programação através de um organismo de representação forte e com efetivos para exercer este papel. No caso da TV Brasil, o Conselho Curador. Com algumas variações, este é o instrumento de controle social usado em todas as experiências internacionais bem sucedidas de TV Pública, em que se destacam os países da Europa Ocidental.

Esta definição de TV pública não segue o que define Leal Filho no que diz respeito ao financiamento. Ao mesmo tempo, não se assume como estatal (que, de qualquer modo, não deixa de ser pública). Ao chamá-la de pública, parece uma tentativa de dizer às emissoras privadas e também aos defensores do modelo de TV pública que o governo não vai usar esta TV para fazer sua propaganda.

Outra questão que se coloca para a TV Brasil do atendimento à reivindicação dos movimentos sociais de uma produção diversificada e regionalizada para a TV pública. No papel, ao menos, esta questão está resolvida, como visto na introdução, com a produção das emissoras regionais e contratação pontual de produções independentes. No site da EBC está definido que “a produção independente no Brasil é muito rica, mas não encontra oportunidades de veiculação satisfatórias nas redes privadas. Ela tem uma importância econômica e também simbólica, na medida em que representa olhares e pontos de vista diferenciados sobre a realidade”.

A decisão de comprar produtos independentes tem o objetivo explícito de democratizar a comunicação. O fato de as equipes das emissoras associadas fazerem programas para a grade da TV Brasil certamente seria o suficiente para trazer as especificidades de cada região em rede nacional. Por outro lado, seria o suficiente para democratizar a comunicação?

Aqui entra a crença de que uma produção vinda de uma comunidade, muito mais do que outra vinda de funcionários da TV pública da região, seria algo como a voz do povo e, quase que certamente, a abertura de espaço para novas estéticas. No grupo de trabalho “Fotografia, cinema e vídeo” da Compós 2008 houve um debate sobre a possibilidade de se ter uma produção audiovisual não no padrão Globo, mas alguma coisa que venha “de dentro” das comunidades carentes. O que é este dentro? Angeluccia Habert (que apresentava o trabalho “Sobre observadores e participantes: relatos e interpretações”), professora do programa de mestrado da PUC-Rio, perguntou então a que as pessoas que produzem estes vídeos têm acesso além do padrão Globo. “O pessoal da favela não tem o mesmo acesso a bens culturais, abstração, etc, que o (cineasta) João Moreira Salles. Na favela se imita mais a TV”, afirmou ela.

Em Slavoj Žižek esta discussão vai além. No artigo “Multiculturalismo ou a lógica cultural do capitalismo multinacional” Žižek alerta para um perigo que estaria escondido no multiculturalismo, e que podemos usar para pensar sobre a forma de ver a inclusão da produção independente/comunitária.

O multiculturalismo é uma forma repudiada, invertida e auto-referencial de racismo, um “racismo com distanciamento” – “respeita” a identidade do Outro, concebendo o Outro como uma comunidade “autêntica” e auto-contida em relação à qual ele, o multiculturalista, mantém uma distância possibilitada por sua posição universal privilegiada. O multiculturalismo é um racismo que esvazia sua própria posição de todo conteúdo positivo (o multiculturalista não é um racista direto, não opõe ao Outro os valores *particulares* da sua própria cultura), mas mantém sua posição como o *ponto vazio da universalidade*, privilegiado, a partir do qual se pode apreciar (e depreciar) apropriadamente as outras culturas particulares – o respeito do multiculturalista pela especificidade do Outro é a forma mesma como afirma sua própria superioridade. (ŽIŽEK et. al., 2005, p.33)

Com base nestas formulações, um dos perigos para a TV pública poderia ser de uma elite intelectual bem intencionada (como nós mesmos, acadêmicos) avaliar como distribuir cotas de produção a partir desta “posição universal privilegiada” que julga de cima. Ou, voltando à questão de Habert, imaginar, equivocadamente, que se estaria veiculando novas estéticas apenas por veicular produções independentes. Não se trata, é

claro, de deixar de veicular este tipo de produção por causa disso, mas sim de estar alerta para este tipo de armadilha.

E para quem a TV pública vai falar? Para a sociedade brasileira já sabemos que não é, por ser uma abstração que significa muito pouco. Podemos pensar em produções destinadas a comunidades específicas ou ao indivíduo, e começar tentando entender o que seria o indivíduo. Terry Eagleton (2005) afirma que alguns dos pós-modernistas duvidam da própria realidade do indivíduo. Para Bauman (2007), individualidade é normalmente traduzida como autenticidade, com o verdadeiro eu estando no interior de cada um, não contaminado por coisas de fora.

“Na nossa sociedade de indivíduos que buscam desesperadamente a sua individualidade, não há escassez de auxílios (...) que, pelo preço certo, é claro, se mostrarão totalmente dispostos a nos guiar pelos calabouços sombrios de nossas almas, onde os nossos autênticos ‘eus’ permanecem supostamente aprisionados, lutando para escapar em busca da luz”. (BAUMAN, 2007, p. 28)

Bauman conclui que, muitas vezes, as receitas de individualidade são vendidas no atacado, ou seja, paradoxalmente, ser indivíduo é uma coisa coletiva. Mas ele lembra que o termo indivíduo apareceu no pensamento da sociedade ocidental no século XVII, no limiar da Era Moderna, representando indivisibilidade: se a humanidade fosse dividida em partes cada vez menores, a divisão não conseguiria ir além de uma única pessoa. O caráter de ser diferente dos outros, segundo ele, foi acrescentado depois e tomou todo o espaço.

Já Zizek lembra Hegel, que dizia que a única forma de a pessoa se separar de sua comunidade primordial (família, comunidade local) e afirmar-se como indivíduo autônomo é entrar numa identificação secundária, ou seja, uma profissão no sentido moderno (em vez da relação aprendiz-mestre artesão), comunidade acadêmica, nação, etc. Mas na sociedade pós-moderna, diz Zizek, esta identificação secundária...

(...) é cada vez mais experimentada como um quadro externo, puramente formal, não realmente vinculante, de forma que as pessoas buscam cada vez mais apoio em formas de identificação “primordiais”, geralmente menores (religiosas, étnicas). (...) Contudo, o ponto crucial aqui é que esta “regressão” das formas secundárias para formas “primordiais” de identificação a comunidades “orgânicas” já é “mediada”: trata-se de uma *reação* à dimensão universal do mercado mundial – por ser como tal, ocorre no terreno e contra o pano de fundo do mercado mundial. Por essa razão, trata-se nesses fenômenos não de uma “regressão”, mas da forma de surgimento de seu exato oposto: em uma espécie de “negação da negação”, essa própria *reafirmação da identificação “primordial”* sinaliza que a perda da unidade orgânico-

substancial está totalmente consumada. (grifos do autor) (ZIZEK et. al., 2005, p. 30)

Trazendo esta reflexão para o nosso caso específico, tanto na parte da produção quanto da recepção do conteúdo da TV pública, aparece novamente o que disse Habert em relação à estética das comunidades. Eagleton segue na mesma linha, mas com algum otimismo:

Não pode haver nenhum retorno a idéias de coletividade que pertencem a um mundo se desfazendo diante de nossos olhos. A história humana agora é, em sua maior parte, tanto pós-coletivista quanto pós-individualista. Se isso dá uma sensação de vácuo, também pode representar uma oportunidade. Precisamos imaginar novas formas de pertencimento. (EAGLETON, 2005, p. 37 E 38)

Ele, então, dá como saída que não existe nenhum espaço “sapatinho de cristal”, que vai servir perfeitamente, e as novas formas de pertencimento vão ser várias, cada grupo encontrando a sua: pode ser algo das relações tribais ou comunais, ou abstrata e indireta. E diz que não há nada retrógrado a respeito de raízes. Ele lembra ainda que na pós-modernidade os ricos têm mobilidade enquanto os pobres têm localidade, “ou melhor: os pobres têm localidade até que os ricos metam as mãos nela”. E traz outra questão, de que os ricos estão começando a apreciar os benefícios da localidade: “Não é difícil imaginar comunidades afluentes do futuro protegidas por torres de vigilância, holofotes e metralhadoras e, ao mesmo tempo, nos terrenos baldios em volta, os pobres revirando os lixos em busca de qualquer coisa que possa ser comida”.

Isso não é tão diferente do que já acontece nas grandes cidades brasileiras, em condomínios de bairros como a Barra da Tijuca, no Rio de Janeiro. Mas será que são apenas ricos descobrindo a localidade ou também locais que enriqueceram e querem manter o estilo comunitário do passado? Seja qual for a resposta, isso não deixa de demonstrar que tanto entre ricos quanto entre pobres existe um desejo da volta à comunidade. E que possivelmente programas com conteúdo local, comunitário, têm boa chance de construir seu público entre as pessoas que valorizam a vida em comunidade – mesmo que não consigam mais vivê-la. E dentro do que fala Eagleton em relação à formação de pequenos grupos de pertencimento, é possível pensar em programas com o objetivo de atender a grupos específicos, mas de forma alguma estes programas devem ter expectativa de alta audiência.

Quanto à preocupação em relação a uma vida sem raízes ser comum a ricos e pobres, não custa lembrar que existe ainda uma divisão fundamental entre eles. Eagleton

é bastante claro ao criticar os estudos culturais, dizendo que sua ênfase nas etnias e culturas parece esquecer que ainda existem classes. Isso, segundo ele, significou uma mudança de ênfase da política para a cultura. Outro problema é que mesmo estas novas comunidades de que Eagleton fala são líquidas, porque sabemos que, a qualquer momento, podemos sair fora delas. Existem, sim, as comunidades locais formadas por pessoas que não têm dinheiro suficiente para sair delas se quiserem, mas mesmo entre os muito pobres a possibilidade de migrar (e as conseqüentes tentativas de barrar imigrantes), atualmente, é bem maior que no passado. As comunidades em geral não são de fato “vinculantes”. O vínculo é até o momento em que temos vontade. Se não estivermos nos sentindo bem, ou se nos sentirmos presos, entediados, ou outra coisa mais interessante nos acenar, podemos partir para lá sem grandes traumas (ao menos aparentes). Aquela comunidade não nos segura se não quisermos. Isso mostra que não *somos* daquela comunidade, apenas *estamos* nela. Portanto continuamos não *pertencendo*. Estamos livres, mas não há segurança.

Gorz (2005, p. 12) diz que no movimento anti-globalização “se manifesta uma oposição enfática ao desmonte da coletividade, à modernização catastrófica dos países em desenvolvimento, à privatização do saber, da produção do conhecimento e do bem comum”. Para Bauman (2007, p. 31), “o emergir da individualidade assinalou um progressivo enfraquecimento, a desintegração ou destruição da densa rede de vínculos sociais que amarrava com força a totalidade das atividades da vida. Assinalou também que a comunidade estava perdendo o poder – e/ou interesse – de regular normativamente a vida de seus membros”. Ele destaca que a comunidade é uma totalidade que recebeu esse nome retrospectivamente, no exato momento em que um novo arranjo, denominado sociedade, lutava para preencher a brecha normativa deixada por sua retirada. As relações interpessoais, o face a face, estaria fora das preocupações deste ente regulador chamado sociedade. Dentro da sociedade e da individualidade haveria livre escolha, mas Bauman (2007, p. 33) alerta que “na maior parte do tempo, ou em alguma ou em várias situações, muitos homens e mulheres consideram a prática da livre escolha fora do alcance”. Individualidade, para os pobres, seria sinônimo de abandono, solidão, falta de amigos com quem contar. Existe a individualidade de direito e a de fato. A saída que o mundo pós-moderno dá para marcar a individualidade é o consumismo. E, num mercado de consumo de massa, para ter algo diferente é preciso comprar primeiro, antes que o produto fique ultrapassado ou muita gente tenha, por isso

Bauman diz que “ser um indivíduo numa sociedade de indivíduos custa dinheiro, muito dinheiro”. (BAUMAN, 2007, p. 37)

E como fugir do consumo na TV pública? Não se trata apenas de não colocar anúncios para não ficar dependente do mercado e da ditadura do índice de audiência (que ajuda a vender anúncios mais caros), mas também da mentalidade que o conteúdo da programação quer disseminar. Zizek fala do consumismo passivo e apolítico que caracteriza o capitalismo contemporâneo. O site da EBC diz que a empresa é “de capital aberto, não-dependente: isso lhe garantirá acesso ao orçamento federal, porém sem bloquear as possibilidades de outras formas de captação de recursos, como apoios culturais, patrocínios institucionais, prestação de serviços etc.”. Não dependente de que? O orçamento, ainda segundo o site, é equivalente ao da menor rede privada de televisão. Portanto se a emissora quiser concorrer de igual para igual com as redes de maior porte vai depender de buscar no mercado recursos privados, sob a forma de patrocínios e apoios culturais, além da venda de serviços para terceiros.

É a lógica do capital, do mercado, que deve ser usada para salvar a TV pública de um orçamento ridículo. Aquilo que Gorz (2005, p. 70) chama de mercadorização do mundo. Neal Gabler, em *Vida, o filme: como o entretenimento conquistou a realidade*, citado por Isleide Arruda Fontenelle (2004, p.197) mostra como esta lógica está invadindo a vida:

Pense por um momento em quantas de nossas interações diárias com outros seres humanos já são ligadas por relações estritamente comerciais. Compramos cada vez mais o tempo dos outros, sua consideração e afeto, sua simpatia e atenção. Compramos esclarecimentos e diversão, aparência pessoal e elegância, e tudo o mais – até a passagem do tempo em si é medida por um relógio. A vida está se transformando cada vez mais em commodity, e as comunicações, a comunhão e o comércio estão se tornando indistinguíveis.

É preciso também cuidado para que não seja dentro desta lógica do capital que seja pensado o uso de produções independentes (no lugar de usá-las com o objetivo de democratizar a comunicação). A leitura de André Gorz problematiza esta questão. Não estaríamos, aqui, seguindo um caminho para ter cada vez menos empregados fixos na TV pública e diversos produtores independentes, os quais Gorz descreve como estando, na maioria dos casos, “sob a dependência de um único grande grupo, ou de um pequeníssimo número de grandes grupos que os submetem à alternância de períodos de hiperatividade e de desemprego”? Submeteríamos nós (sociedade brasileira) a TV

pública a fazer parte deste jogo do grande capital? Vejamos o que diz Gorz ao tratar da relação das empresas com os empregados na pós-modernidade:

Todas as grandes firmas sabem, no entanto, *no quadro de uma relação salarial*, que é impossível obter de seus colaboradores um envolvimento total, uma identificação sem reservas a todas as suas tarefas. Pelo fato de ser contratual, a relação salarial reconhece a diferença e até mesmo a separação das partes contratantes, e de seus interesses respectivos. (GORZ, 2005, p. 22)

Gorz segue explicando o processo do novo capitalismo de apagar a fronteira entre trabalho e vida, transformar o trabalhador em empreendedor (responsável por sua própria “empregabilidade”), tornar as relações flexíveis tendo menos empregados e mais colaboradores, a quem se demanda mais ou menos trabalho, dependendo da necessidade do dono do negócio, sem se comprometer em sustentar aquele empregado todo o tempo, com plano de saúde, previdência, etc. Exatamente o que já fazem canais de TV por assinatura com orçamento baixo: usam produtoras independentes que concorrem entre si para fornecer programas.

TV PÚBLICA E A INTERATIVIDADE

E a interatividade prevista para a TV digital, quando vier, será em que bases na TV pública? O pathos do auditório de Aristóteles, o ouvinte empírico, ativo, que intervém e deve ser convencido, precisa da presença física, do calor humano, coisa que a interação virtual não tem. Além disso, é impossível fazer um programa sob medida para cada telespectador (indivíduo). A interatividade existiria a partir de determinados pontos do programa, mas não há aí uma relação interpessoal de fato.

Sobre esta questão, vale a pena lembrar a visão de Elias Canetti sobre a massa, citada por José Luiz Aidar Prado:

Canetti marca um momento da modernidade em que esse novo sujeito-massa (“não importando que se o chame de povo ou plebe ou proletariado ou opinião pública”) ainda pode “se reunir e aparecer diante de si mesmo como multidão presente – com um tom singular, uma excitação singular”. (PRADO, 2006, p. 15)

Prado diz que desde que Canetti a estudou em *Massa e poder*, a situação da massa mudou radicalmente. Agora citando Sloterdijk, ele afirma que os conjuntos atuais deixaram de ser massas de reunião e ajuntamentos: “hoje o caráter das massas ‘não se expressa mais na reunião física’, mas ‘na participação de programas de meios de

comunicação de massa””. Prado diz ainda que “os meios de comunicação de massa atuaram, ao lado do Estado, no sentido de construir o povo e de entreter e modelizar as massas, transformando-as em públicos, reunidos diante de um programa, para não mais se reunirem ao redor de sua potência””. (PRADO, 2006, P. 16)

Uma forma de utilizar a televisão para reunir o público, ou povo, ou massas, ao redor da sua potência seria transformá-lo, com a interatividade digital, num instrumento de democracia direta, ou seja, que os telespectadores pudessem votar através do seu controle remoto, por exemplo, se aprovam ou não determinado projeto de lei que estivesse tramitando no Congresso, e este resultado fosse imediatamente levado aos parlamentares pelo jornalismo da emissora, o que também seria transmitido aos telespectadores. Com o alcance da TV, desde que seja possível (politicamente, uma vez que tecnicamente não há qualquer problema) haver retorno (interatividade) em cada casa, o povo poderia se manifestar com um poder ainda não visto em outro lugar que não a praça pública.

Atualmente, um problema com esta reunião diante dos programas de TV é que a interação é apenas com o programa, e não com os outros telespectadores que estão assistindo. Existe apenas a “comunidade imaginada” dos telespectadores daquele programa. Sim, sabemos que, com a TV digital interativa, será possível escolher o lugar virtual no estádio de futebol na transmissão de jogos, com áudio e vídeo daquele local, e trocar mensagens de texto com amigos que estão assistindo ao mesmo jogo. Nada contra este tipo de interatividade, mas o calor humano neste caso também é virtual. E seria possível ser um objetivo da TV ligar pessoas? Ouso dizer que há na TV alguns exemplos desta interação face a face a partir da televisão: o futebol, a novela das oito (agora das nove) e o Big Brother Brasil. Estas são programações veiculadas pela TV que levam, fatalmente, a comentários, conversas e por vezes discussões acaloradas nas casas, bares, ônibus, locais de trabalho. É uma interação corpo a corpo, presencial, sem nenhuma relação com a interatividade virtual de que tratamos antes. Cabe perguntar, então, se a TV pública pretende, com sua programação, provocar esta interação, obviamente com algo além, diria até que de preferência com algo muito além, do Big Brother. É desejável que, de alguma forma, a TV pública, em sua versão interativa ou antes, possa contribuir para, nas palavras de Bauman (op. cit.), “tornar o mundo humano um pouco mais hospitaleiro para a humanidade”. Mas isso, no mundo atual, dificilmente será feito tendo o orçamento mais reduzido entre todas as redes.

Há ainda a questão da imagem das TVs educativas junto ao público a modificar caso seja a meta ter um público maior que o residual de hoje. Wolfgang Fritz Haug, em *Crítica da estética da mercadoria*, diz o seguinte, tratando da imagem de uma empresa:

(...) o fato de que ela absolutamente não está fundamentada nos objetos, serviços e instalações mas, pura e simplesmente, no cálculo da “recepção” pelas massas consumidoras reflete-se nas afirmações de Bongard, segundo o qual a forma de manifestação, “denominada geralmente imagem, é um fato psicológico. Conceitos afins e em parte coincidentes”, continua Bongard, “são a reputação, o preconceito, o estereótipo, a concepção de público, a imagem ou a imagem condutora”. (HAUG, 1995, p. 42)

Hoje as TVs educativas pelo Brasil (possivelmente com a exceção da TV Cultura) têm uma imagem de coisa chata, educativa no sentido de aula desinteressante; ou então de ter uma programação altamente intelectualizada que ninguém vê. Como mudar isso? Para começar, com uma produção que realmente atraia (e não mudando apenas a imagem, como na crítica de Haug), desde que não caíndo no conto da audiência pela audiência, sem se importar com o conteúdo, embora isso nem seja preciso dizer. Exemplos de programas atraentes são o infantil Castelo Rá Tim Bum, da TV Cultura, e o Sem Censura, da TVE do Rio. Alguns destes programas podem até sair barato (como o Sem Censura, um debate em estúdio com participantes de várias áreas que tenham alguma coisa interessante para contar), dependendo apenas de competência para ser bem realizados, mas um Castelo Rá Tim Bum, com cenários e figurinos elaborados, atores e roteiristas de primeira linha, demanda um dinheiro de que o orçamento atual da TV pública certamente não dispõe.

Quanto às insinuações ou acusações abertas da direita, freqüentemente vistas nas páginas do jornal O Globo do Rio, de que o governo Lula usará a TV pública para fazer propaganda política e censurará o que não estiver de acordo com seus interesses, Zizek faz uma análise (referente à exaltação que existe sobre a internet ser algo libertário que deve ser mantido longe da censura do Estado) que parece feita sob medida para esta situação: “essa própria demonização do Estado é completamente ambígua, pois quem se apropria dela é, predominantemente, o discurso populista de direita e/ou o liberalismo de mercado: seus alvos principais são as intervenções estatais que tentam manter uma espécie de equilíbrio e segurança sociais mínimos”. (ZIZEK et. al., 2005, p.22)

O papel da TV pública no Brasil - um país que parece ter perdido a consciência de que televisão é um serviço público prestado por concessionários, e não um

loteamento de espaços publicitários visando o lucro sem restrições – é justamente tentar trazer um pouco de equilíbrio ao espectro de frequências televisivo. Não o de fazer propaganda, mas, sim, de mostrar também aquilo que a mídia privatizada esconde, como alerta Prado:

A sociologia das ausências procura, nessa direção, demonstrar que o não visível, o não existente, é ativamente produzido como não existente ou não visível. É o caso dos movimentos sociais e suas formas de resistência em várias práticas comunicacionais (como os moradores de rua, os catadores de lixo, o movimento hip-hop), que são ou invisíveis ou disforizados nas mídias. (PRADO, 2006, p. 30)

Em suma, se o objetivo da TV Brasil for, de fato, democratizar as comunicações sem se deixar dominar pelo mercado, este trabalho deve começar por um orçamento com fundos públicos que a coloque em condição de competir em pé de igualdade com as maiores emissoras do país. Deve ainda buscar a produção independente de forma complementar à produção própria por parte das emissoras que compõem a rede, mas sem fazer dos independentes uma forma de preencher a grade de programação a preço baixo. A emissora deve estar preparada para propor novos formatos ao público, estar aberta a outras estéticas, inclusive pensando formas de fomentá-las, sem cair na ilusão de que o independente será automaticamente o novo.

Referências bibliográficas

BAUMAN, Z. **Vida líquida**. Rio de Janeiro, Zahar, 2007.

BOLAÑO, C. R & BRITTOS, V. C. **A televisão brasileira na era digital: exclusão, esfera pública e movimentos estruturantes**. São Paulo, Paulus, 2007.

– **“TV pública, políticas de comunicação e democratização: movimentos conjunturais e mudança estrutural”**. Trabalho apresentado na 17ª Compós, na Universidade Paulista, São Paulo, SP, em 4 de junho de 2008.

EAGLETON, T. **Depois da teoria**. Ed. Civilização Brasileira, 2005.

FONTENELLE, I. **“Mídia, acesso e mercado da experiência”**, in Contracampo Edição Especial/ número duplo, 2004.

GORZ, A. **O imaterial: conhecimento, valor e capital**. São Paulo, Annablumme, 2005.

HAUG, W. F. **Crítica da estética da mercadoria**. São Paulo, Editora Unesp, 1995.



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

_ **Atrás das câmeras**: relação entre cultura, Estado e televisão. São Paulo, Summus, 1988.

MAURÍCIO, P. “**Controle social no telejornalismo**”. In: RODRIGUES, Ernesto (Org.) *No próximo bloco...: o jornalismo brasileiro na TV e na Internet*. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio; São Paulo: Loyola, 2005.

PRADO, J. L. A. “**Regimes cognitivos e estésicos da era comunicacional**: da invisibilidade de práticas à sociologia das ausências”. In: *Comunicação, Mídia e Consumo*. São Paulo, vol. 3, n.8. Nov. 2006.

ROQUETTE PINTO, E. “**O nosso aniversário**”. In: *Radio*. Outubro-1. 1924

ZIZEK, S. et. al (orgs.) **Zizek crítico**: política e psicanálise na era do multiculturalismo. São Paulo, Hacker Editores, 2005.

www.tvbrasil.org.br. Consultado em junho de 2008.

www.ebc.tv.br. Consultado em junho de 2008.