



A contribuição das teorias críticas do “Laço Social” à “Tripla função da televisão” de Dominique Wolton para os estudos da mídia televisiva na Europa e no Brasil¹

Adriana Tigre Lacerda Nilo²
Universidade Federal do Tocantins -UFT

Resumo

Este artigo tem por objetivo geral discutir, em termos teóricos, a ampliação da teoria crítica da televisão do pesquisador francês, Dominique Wonton, desde a sua abordagem inicial, quando faz o Elogio do Grande Público, obra na qual o autor apresenta a tese da televisão generalista como fator de “laço social”, até a publicação Pensar a Comunicação, em que trata de temas interdisciplinares, tais como televisão, cultura e espaço público, quando apresenta o que chama de “tripla função da televisão”. Por meio deste conceito, Wolton amplia a tese anterior ao atribuir à mídia televisiva não só (I) o papel de laço social, mas também o de (II) propiciadora de modernização nas sociedades menos favorecidas, e, ainda, o de (III) significativo agente cultural na construção da identidade nacional em realidades sociais onde é presença viva.

Palavras-chave: Modelos público e privado de televisão; audiência.

Résumé

Cet article a pour but général de discuter, en termes théoriques, l'expansion de la théorie critique de la télévision du chercheur français, Dominique Wonton, depuis sa première approche, lorsqu'il fait L'Eloge du Grand Public, oeuvre dans laquelle l'auteur présente la thèse de la télévision généraliste comme un facteur de «lien social», jusqu'à la publication Réfléchir sur la Communication, dans laquelle il traite des sujets interdisciplinaires tels que la télévision, la culture et l'espace public, quand il présente ce qu'il appelle le “triple rôle de la télévision.” Grâce à ce concept, Wolton étend la thèse antérieure en attribuant au média télévision non seulement (I) le rôle de lien social, mais aussi celui de (II) propitiateur de la modernisation dans les sociétés moins favorisées, et, en outre, celui (III) d'acteur culturel important dans la construction de l'identité nationale dans les réalités sociales où il demeure une présence vivante.

Mots Clés : Modèles publique et privé de télévision; audience.

¹ Trabalho apresentado no IX Colóquio Brasil-França de Ciências da Comunicação.

² Jornalista. Doutora pela Universidade Estadual de Campinas - UNICAMP e Mestre em Linguística pela Universidade Federal de Pernambuco-UFPE. Professora do curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Tocantins -UFT. Email: adrianatln@uft.edu.br



Modelos de TV e suas funções sociais, segundo Wolton.

Buscando um equilíbrio entre as duas correntes teóricas que predominaram nas ciências sociais; a *teoria empirista*, considerada pouco crítica, por se dedicar, de modo geral, apenas aos estudos da dimensão técnica da TV, e a *teoria crítica*, mais conhecida por ressaltar os aspectos negativos do conteúdo veiculado pela mídia televisiva, Wolton (1996; 2004) identifica-se com o *empirismo-crítico*.

Nos seus estudos, que resultaram na elaboração de uma teoria crítica da televisão, na década de 90, o pesquisador francês dedicou-se à análise das relações desta mídia com o espaço público. No seu “Elogio ao Grande Público” (1996), o autor retoma o contexto histórico do surgimento das televisões públicas, na década de 50 na Europa, no qual se inspirou boa parte das experiências das emissoras brasileiras.

Todo o mundo ainda tinha em mente, na época, a utilização que fizeram do rádio os fascistas alemães e italianos, sem esquecer os ecos distantes, vindos da América Latina, de sua utilização no Brasil por Getúlio Vargas e, sobretudo, na Argentina, por Perón. As mídias de massa eram, por isso, consideradas perigosas e deviam, **portanto**, ser controladas pelo poder público (Wolton, 1996, p.25 - grifo nosso).

Que a instância do poder público fosse considerada a mais adequada ao controle da mídia, em função da sua principal atribuição ser a elaboração e gestão das políticas públicas, é compreensível. No entanto, o intrigante é que os perigos causados pelos meios de comunicação, citados pelo referido autor, são oriundos do abuso de poder por parte de representantes do próprio Estado, ainda que consideremos tratar-se de um regime de exceção, como é o totalitário.

A estranheza que ressaltamos deve-se à relação estabelecida entre o fato mencionado e consequência apontada como solução. Diante de tais circunstâncias, parece-nos incoerente que o poder público, tendo sido o responsável pelo uso deliberado da mídia, em momentos cruciais da história do Brasil e do mundo, seja apontado como “portanto” a melhor alternativa para o controle dos meios de comunicação; ainda que



saibamos ser o Estado, a instituição paradigmática da sociedade moderna (Thompson, 1998).

Então, neste caso, devemos considerar que, em princípio, este deve ser o procedimento mais adequado, desde que estejamos nos referindo à sociedade no chamado Estado de Direito Democrático e não às ditaduras como foram o Peronismo (.....) ou o Estado Novo, de 37 a 45, no Governo Vargas, entre outras. O paradoxal destes casos é que aqueles que, de forma arbitrária, ocupam o Poder destituem o Estado, anteriormente constituindo, porém não dispensam o uso da mídia, independentemente do tipo de legislação em vigor. Isto é, não parece haver medidas legais refratárias ao abuso político.

Desencadeamos esta reflexão para trazer à tona exatamente o quão difícil foi tomar uma decisão acerca de que modelo de televisão adotar, para os países europeus que tiveram o primeiro contato com a mídia televisiva, enquanto vivenciavam os seus efeitos nocivos em determinados acontecimentos históricos.

Pensamos ser esta a melhor forma de entender Wolton (1996) quando afirma que tanto no meio televisivo quanto no intelectual europeu havia uma resistência ao modelo privado da TV norte-americana, voltado ao mercado, e, em contra-partida, uma expectativa nas potencialidades do uso da TV para democratização cultural, na perspectiva do modelo público, com variações na sua forma de gestão. Conforme destaca o citado autor, por esta razão;

Nem todos os países reagiram da mesma maneira diante da “ameaça da comunicação”. Se a França, assim como a Itália e a Bélgica, escolheram a lógica administrativa, política, centralizadora, a Alemanha Ocidental preferiu uma estrutura pública descentralizada. Enquanto os países latinos confiavam no Estado para garantir o bem público e a “independência” da televisão, a Grã-Bretanha e, sobretudo, a Alemanha, que acabava de experimentar os piores excessos cometidos em nome do Estado, tiveram uma atitude menos estatal (Wolton, 1996, p. 26).

Os ingleses adotaram um sistema híbrido de gestão do capital. Para Wolton, apesar de terem sido considerados vendidos ao modelo privatizante norte-americano e sofrido o quase desmantelamento da Companhia Britânica de Radiodifusão na era

Thatcher, a BBC - British Broadcasting Corporation -, até hoje é tida como a melhor televisão do mundo, no modelo público.

Tendo estudado o modelo de televisão britânico, Leal Filho explica que:

[...] Desde a forma de concessões de canais até o controle da qualidade dos programas, há mecanismos do Estado atuando. No centro do processo está o Parlamento. É a partir dele que se estrutura todo o sistema com três órgãos centrais de direção: a British Broadcasting Corporation (BBC), responsável pelo serviço público; a Independent Television Commission (ITC), que dirige o setor privado de televisão terrestre, por cabo e satélite; e a Radio Authority, que controla o rádio comercial. São órgãos administrados por conselhos diretores nomeados pela rainha, mas indicados pelo governo. Eles prestam contas ao parlamento por intermédio do Ministério do Patrimônio Nacional, responsável pelo setor de rádio e televisão na Grã-Bretanha (Leal Filho, 1997, p. 35).

Já nos Estados Unidos, conforme observa Cavalcante a realidade é diferente daquela do modelo britânico:

[...] as emissoras integrantes da televisão pública não têm necessariamente uma programação em comum, o que não a caracteriza exatamente como uma rede. São cerca de trezentos e cinquenta emissoras locais e duas nacionais de maior porte (PBS – Public Broadcasting System e CPB – Corporation for Public Broadcasting). Os telespectadores da televisão pública norte-americana contribuem cerca de três a quatro vezes por ano, incentivados por campanhas das emissoras locais com essa finalidade. Dessa contribuição decorre a maior parte do orçamento desse veículo (Cavalcante, 2007, p. 11).

Na análise que fez sobre a convivência dos dois principais modelos de televisão, no cenário internacional, Wolton identifica as três mais importantes fases, que são; a de 1950 a 1970, aquela na qual dominou o modelo de televisão de serviço público; a de 1970 a 1980, quando houve o confronto dos dois modelos e, por fim, a de 1980 a 1990, a partir da qual houve a predominância do modelo privado, em vigor até hoje.

Na primeira, a diretriz ideológica consistia na prestação de serviço público, com a elaboração de programas culturais e educativos, e na resistência à veiculação de publicidade, que perdurou até 1968. De acordo com Wolton, o confronto dos dois modelos evidenciou os limites da TV pública, levando a TV privada a tornar-se não só irresistível, quanto desejável:

O público não contestava a televisão pública, até a apreciava, e queria somente mais imagens à medida que aumentava o número de aparelhos vendidos. Não foi senão mais tarde, diante da reticência da televisão pública em se abrir e renovar-se, que o público, a princípio bastante fiel, começou a sonhar com o fruto proibido (Wolton, 1996, p. 28).

Além destes fatores que envolvem questões técnicas e administrativas, conforme ressalta o citado autor, outras questões, de ordem política relacionadas aos princípios da comunicação, vieram a acentuar tal embate. Ele menciona, por exemplo, que na França, em 1980, até mesmo as emissoras regionais e comunitárias eram consideradas privadas, pelo simples fato de fugirem do controle estatal da gestão pública.

Os conflitos chegaram a tal ponto que, como observa Wolton; “Nada mais parecia capaz de se opor à idéia de que a televisão privada talvez não fosse o pesadelo por tanto tempo descrito” (Wolton, 1996, p. 29). Deste modo, chegou-se à fase que perdura até hoje, com a mudança de paradigma do modelo dominante, do político para o econômico.

O público, saturado de discurso, e menos amnésico do que pensamos a respeito dos múltiplos exemplos de controle político, reclamou imagens, mais imagens, sempre imagens. Que elas fossem públicas ou privadas, pouco lhe importava. E a hostilidade ao modelo público se traduziu por um esquecimento sobre os inconvenientes do dinheiro privado (Wolton, 1996, p. 30).

Devido a alguns fatores de ordem sócio-político-econômica, que incidem nos processos históricos de assimilação cultural, mediante os quais ocorre a incorporação e reprodução de determinados valores ideológicos, os países da América Latina incorporaram os modelos de comunicação oriundos da América do Norte e da Europa.

No Brasil, entretanto, vivemos uma inversão do que ocorreu em muitos países desenvolvidos, onde o [modelo] público antecedeu o privado, ou foi simultaneamente a ele, países onde a cidadania antecedeu o consumidor de massas, e onde se afirmou com mais facilidade o lugar da televisão pública. Aqui, primeiro surgiu a televisão privada e depois o Estado veio exercer o papel tradicional na organização do espectro limitado e na organização dos canais públicos (Gil, 2006 p. 02).

No que se refere à inversão ocorrida no Brasil quanto ao processo de adoção dos dois principais modelos de televisão, tem-se nas origens do surgimento da televisão

brasileira a explicação para o fato inexorável das emissoras públicas (sobre)viverem tentando (re)construir a sua identidade, bem como (re)definir a missão que têm a desempenhar na sociedade.

Tendo surgido, entre as décadas de 70 e 80, como contra-ponto às televisões privadas, as emissoras públicas inicialmente representaram a antítese do que o sistema capitalista, no âmbito da comunicação social, estabeleceu como paradigma às TVs abertas. Se considerarmos, porém, o fim da restrição à veiculação de propaganda³ aos canais culturais e educativos, hoje talvez estes signifiquem mais uma alternativa que uma oposição, propriamente, ao circuito comercial.

Alguns pensadores, e gestores de TVs públicas brasileiras, situam suas reflexões nesta perspectiva. Ao contrário de Blumler e Hoffman-Rien (1993) que admitem a concorrência salutar, Bucci (2006) defende que estas emissoras não devem competir com as emissoras privadas. Ele não considera que os modelos sejam diametralmente opostos, mas complementares, conforme sugere a metáfora a qual recorre para argumentar seu ponto de vista.

As emissoras comerciais e as públicas deveriam funcionar como os dois pratos da balança, e essa balança é o espaço público democrático. As primeiras se organizam com base em demandas do mercado, que atuam por vários caminhos e se refletem, por exemplo, na preferência dos anunciantes em patrocinar um tipo de programa e não outro – o que vai interferir no próprio formato das grades de programação [...] Aí é que entra o papel das emissoras públicas. Estas não deveriam atrelar-se ao mercado [...] deveriam diferenciar-se, recusando-se a competir no mercado e buscando dar visibilidade às expressões francamente minoritárias da cultura e do debate público, que não têm aptidão para se tornar "campeãs de audiência" e não têm vez nas comerciais (Bucci, 2006, p. 25)

Bucci contrapõe-se ainda aos citados autores no que tange à forma de conceber a pertinência ou não do gênero “entretenimento” na grade da programação das TVs públicas, sobretudo, no caso das emissoras educativas.

³ A Lei DL 236/67 proibia a veiculação de publicidade nas emissoras públicas de televisão, mas a Lei Federal nº 9.637 (15/05/98) liberou a divulgação de propaganda institucional de entidades de Direito Público e de Direito Privado, em forma de patrocínio ou apoio cultural. Porém, por esta margem, estas veiculam também publicidades.

[...] a palavra entretenimento foi revolvida por um processo de ressignificação definitivo a partir da indústria do entretenimento. Ao afirmar que faz entretenimento, ainda que marginalmente, uma emissora de televisão se declara pertencente a essa indústria e a esse negócio. Quando uma TV pública diz que faz entretenimento, afirma que pertence a um campo – industrial e econômico – ao qual não tem vocação nem destinação de pertencer. Não se trata de um santo nome, mas essa palavra jamais poderá ser invocada em vão. (Bucci, 2006 p. 27)

Neste sentido, um dos inconvenientes a ser considerado é a adoção do princípio da concorrência, que é a força-motriz das leis de mercado, despertado naquelas emissoras, cujos modelos, até então, não se pautavam por tais valores. Conseqüentemente, este inconveniente gerou outro, que foi a margem dada à interferência dos anunciantes e dos índices de audiência na grade da programação.

Por esta razão, a programação não pode ser entendida como a soma aleatória do conjunto de programas veiculados. Na concepção de Manuel Pinto “[...] estes são como que tecidos e articulados num plano estratégico, manobrado num espaço de mercado concorrencial” (Pinto, 2000 *apud* Brandão, 2002, p.31).

Seguindo esta linha de pensamento, na análise da grade da programação de TVs portuguesas, principalmente, as emissoras privadas, Brandão (2002) conclui que

[...] tornou-se num instrumento de fidelização do público, oferecendo, para maximizar a sua audiência, praticamente o mesmo tipo de programas, o que faz com que a grelha [grade] de programas seja hoje feita apenas em função de resposta à concorrência do que de alguma estratégia individual de cada estação. O resultado é os diferentes canais oferecerem produtos semelhantes em horários idênticos, visto que visam os mesmos públicos, os mesmos níveis de audiência, o que resulta uma crescente uniformização do panorama audiovisual generalista (Brandão, 2002, p. 32).

Enquanto que para Brandão (2002) este fenômeno da uniformização⁴ pode comprometer a função social das chamadas TV’s generalistas, para Wolton (1996; 2004), o fato de atuar em circuito aberto é o suficiente para que este tipo de televisão seja democrática e proporcione a integração entre os diversos segmentos sociais. É neste

⁴ Cf. Indústria cultural; teóricos da escola de Frankfurt, tais como Horkheimer, Adorno e Marcuse; posteriormente, Jürgen Habermas.

universo que o pesquisador francês identifica a força da televisão e fundamenta a tese de laço social.

Dizer que a televisão é uma das formas de laço social é, pois, uma retomada de certa tradição sociológica⁵, mesmo que a perspectiva seja sensivelmente diferente. Em que a televisão constitui um laço social? No fato de que o espectador, ao assistir à televisão, agrega-se a esse público potencialmente imenso e anônimo que a assiste simultaneamente, estabelecendo assim, como ele, uma espécie de laço invisível. É uma espécie de *common knowledge*, um duplo laço e uma antecipação cruzada. ‘Assisto a um programa e sei que outra pessoa o assiste também, e também sabe que eu estou assistindo a ele (Wolton, 1996, p.124).

Para Wolton, a TV generalista ocupa um espaço não mais preenchido pelas demais instituições sociais, nas mais diversas áreas do trabalho à família.

Os laços primários, ligados à família, ao vilarejo, ao trabalho, desapareceram e os laços sociais ligados à solidariedade de classe e de pertinência religiosa e social desmoronaram. O resultado é que não sobra grande coisa entre a massa e o indivíduo, entre a massa e as pessoas. Poucos laços perduram. É nesse contexto de ausência de espaço intermediário sociocultural entre o nível de experiência individual e a experiência em escala coletiva que se situa o interesse pela televisão. Ela oferece justamente um laço estruturante entre essas escalas e esses espaços (Wolton, 2004, p.134).

Com relação a um possível contra-ponto a ser oferecido pela mídia televisiva segmentada, o citado autor mostra-se restritivo, argumentando que

A experiência da televisão temática atualmente serve mais como um estímulo à televisão generalista do que como um questionamento desta, e os problemas teóricos que coloca, do ponto de vista do papel da televisão num espaço ampliado de comunicação, são menos percebidos, na medida em que a televisão fragmentada parece, muitas vezes, uma televisão generalista, mas em escala reduzida. (Wolton, 1996, p. 106)

Deste modo fica claro que para Wolton, somente a programação da tv generalista apresenta responsabilidade global com a realidade sociocultural do público. “Se a tv generalista foi muitas vezes chamada de ‘espelho’ da sociedade, a televisão fragmentada é um espelho quebrado” (Wolton, 1996, p.107).

⁵ O conceito formulado por Durkheim é oriundo da escola francesa de sociológica.

Nesta perspectiva, fica explicado o seu *elogio ao grande público*, não por outra razão, título da sua obra dedicada à proposição de uma teoria crítica da televisão. Na opinião de Wolton (1996), as duas principais críticas feitas à televisão voltada ao *grande público* são a de uma possível passividade deste diante do caráter genérico da programação e a do risco de standardização da oferta e da demanda.

A tais colocações, o autor rebate, apresentando, respectivamente, os seguintes argumentos:

- a) A televisão não engendra a passividade, como pelo contrário, desenvolve o senso crítico, pois ao se dirigir a todos, obriga todo mundo a estar à altura de um determinado olhar;
- b) Responsabilizar a TV pela standardização “significa atribuir a ela um poder muito acima das suas competências [...] quando existem fatores que são “objetivamente” mais responsáveis por isso, como aqueles ligados à economia de massa” (Wolton, 1996, p. 126).

A partir de tais pressupostos teóricos, fica mais fácil compreender a tese central de Wolton ao defender que “a televisão de grande público perde em “definição” aquilo que ganha em “integração”, quer dizer, na manutenção de uma certa representação da consciência coletiva de um país” (Wolton, 1996, p.132).

É por esta razão que, para o autor: “Há uma vinculação direta entre a noção de grande público e a função de “*laço social*” da televisão. A televisão só pode desempenhar esse papel quando se trata de uma televisão de grande público, ou seja, uma televisão de massa, caso contrário desempenhará um papel mais limitado.”

No que diz respeito à relação *indivíduo x massa*, Wolton observa o caráter paradoxal de duas características encontradas na TV geralista, oriundas da própria dinâmica social: “A televisão geralista procede diretamente desse duplo movimento contraditório: nela censuramos, simultaneamente, a homogeneização - todo mundo assiste a mesma coisa - e a atomização - cada um assiste sozinho” (Wolton, 1996, p. 133).

Analisando ainda o binômio *indivíduo x massa* diante da variação dos circuitos, aberto ou fechado, observa o autor:

A televisão de massa é mais democrática, mas concilia mal a relação indivíduo-massa, pois a dimensão coletiva prevalece sobre a dimensão individual. A televisão fragmentada, pelo contrário, mais forte do ponto de vista da satisfação individual, o é menos quanto à identidade coletiva (Wolton, 1996, p. 13).

Em outras palavras, “se a televisão temática pode ser uma forma de laço social no seio de uma comunidade restrita, compreendemos que é na sua dimensão geralista que a televisão exprime melhor essa característica” (Wolton, 1996, p. 124). Assim, conclui Wolton:

Ao fim de tudo, **o único espetáculo ‘grande público’ de um país é a televisão**, que é ao mesmo tempo uma das formas sutis dessa solidariedade diáfana que se instaura entre indivíduos que tudo separa, salvo terem visto, ao mesmo tempo, por razões diferentes, imagens a que aceitam assistir, criando assim uma comunicação sem dúvida um pouco estranha, mas provavelmente típica da nossa sociedade ‘individualista de massa’ (Wolton, 1996, p. 127 - Grifo nosso).

Ao ampliar a tese de laço social, numa revisão da própria literatura, em que inseriu os conceitos de modernização e identidade nacional no que denomina de *tripla função* da mídia televisiva, Wolton reconhece que o modelo público de televisão desempenha melhor este papel que o privado.

É claro que o conceito central segue sendo o da TV generalista, mas os seus custos e os seus obstáculos são tamanhos que a televisão generalista privada corre sempre o risco de baixar o nível, em outras palavras, de se manter com programas garantidos de sucesso [...]Ao contrário, a TV pública generalista, quando faz bem seu trabalho, oferece um maior leque. Ou seja, se existe a real vontade de garantir a qualidade da TV generalista, é preciso preservar o estatuto e o papel da TV pública (Wolton, 2004, p. 149).

Neste sentido, tanto em países europeus quanto na América Latina, ressaltando-se na atual conjuntura o caso do Brasil, uma das principais preocupações de teóricos e gestores de TVs públicas é a atual tendência destas emissoras adotarem os princípios e as estratégias das emissoras privadas, arriscando-se a perderem a própria identidade e a se assemelharem, assim, ao modelo comercial dominante. Conforme constata Brandão,

[...] o que hoje cada vez mais se verifica é que, face à crescente competitividade na busca de maiores audiências, a ‘audiência como

público’ está a se transformar também na ‘audiência de mercado’, isto é, as televisões públicas estão a adquirir a relação comercial das televisões privadas, em que passam a visar o espectador mais como consumidor e menos como cidadão, na procura constante da maximização das suas audiências (Brandão, 2002, p. 63)

O autor chega a tal conclusão com base nas idéias de Ang, que estabelece uma relação entre tipos de audiência e modelos de televisão, para quem “[...] audiência como mercado e audiência como público são assim duas configurações alternativas de audiência, cada uma ligada a um dos arranjos institucionais - comercial e serviço público de televisão” (Ang *apud* Brandão, 2002, p. 63).

O desafio maior, então, das emissoras ligadas ao modelo público de televisão está na prestação de um serviço público que as legitime na condição de públicas e as diferencie das privadas, para as quais a audiência não implica em uma responsabilidade social na mesma dimensão e com igual intensidade.

A propósito, de acordo com Coelho:

Não se pode pensar que serviço público é dar ao público aquilo de que ele neste momento mais gosta (essa é a função das privadas), mas não se pode deixar de considerar que é necessário fazer tudo para que o público em geral goste cada vez mais daquilo que se considera de interesse público (Coelho, 2000 *apud* Brandão, 2002, p. 64).

No que tange à discussão que relaciona cada tipo de modelo de televisão à sua linha editorial e função social, ressalta Cádima que

para o modelo privado, a formação da pessoa humana acaba na escola, reduzindo-se assim a sua oferta ao ‘entretenimento e às variedades’; para o modelo público, importa sobretudo disponibilizar ‘oferta diversificada’, com uma produção própria de qualidade, onde todos os gêneros estão representados (Cádima, 1995 *apud* Brandão, 2002, p.29).

A esse respeito, com intuito de estabelecer uma linha de atuação geral para as televisões públicas, Blumler e Hoffman-Rien estabelecem os seguintes três parâmetros:

1. Suas relações com a competência privada - a televisão pública deve estabelecer uma ‘relação tanto competitiva como complementar’ [...]. Como ‘competitiva’, deve procurar, através dos seus programas, ter telespectadores, mas que isso não represente o único factor em causa, pois deve sempre procurar outras dimensões para lá das

audiências, tais como: ‘qualidade, inovação, profissionalismo, critérios, relevância social, serviço a uma variedade de interesses’. Como ‘complementar’, a televisão pública deve ‘oferecer uma variedade realmente distintiva de programas [...] dignos para a participação do gosto das ‘massas’ como também programas dirigidos a gostos mais definidos para audiências menores, mas mais comprometidas’.

2. “Prioridades de programação”- a televisão pública deve assim ter cada vez mais presente um certo sentido de prioridades, ou seja, potenciar a satisfação de necessidades públicas sintonizadas com os telespectadores, em que ‘as prioridades qualitativas’ sejam, no fundo, a marca de distinção face às televisões privadas.[...] Assim o entretenimento deve existir, mas aspirar a estimular a ‘imaginação e o pensamento, e não a apaga-los’. Deve ocupar-se das ‘necessidades culturais’, como marca distintiva e de acordo com a sua vocação, mas sobretudo através de ‘inovação e capacidade para surpreender’, com uma filosofia ‘pioneira’ e ‘distintiva’, e estimular a ‘criatividade’, a ‘capacidade para gerar debate’ e a ‘autenticidade’, em vez de promover o ‘efeito dramático’ como forma de manter a atenção dos seus telespectadores. Deve ainda manter uma forte ‘presença internacional’, através de diversos correspondentes no estrangeiro,[...] de modo a familiarizar os telespectadores com as diversas perspectivas que se passam no mundo.

3. “Caráter social da televisão pública”- (...) a televisão pública deve definir-se a si mesma como ‘um fator influente na reprodução e renovação cultural’, o que implica manter laços estreitos com os diferentes sectores artísticos da sociedade, como apoiar os produtores independentes, bem como criar e preservar os seus arquivos de programas. Como ‘instituição política’, a televisão oferece uma imagem da vida política e suas actividades [...] Como ‘instituição social’, deve ter preocupações acrescidas com a ‘programação infantil’, com a ‘orientação normativa’ e com a ‘compreensão multicultural’ da nossa sociedade pluralista (Blumler; Hoffman-Rien, 1993 *apud* Brandão, 2002, p. 24-25).

Tal reflexão vem a calhar com o atual cenário brasileiro, no qual se rediscute justo o papel das televisões públicas⁶. Este é o momento de redefinição da missão destas emissoras que se situam num mesmo campo, no sentido de reverem suas as origens, bem como as suas trajetórias, visto que atuam em condições político-econômicas

⁶ Entre 08 e 11/05/07 realizou-se o I Fórum das TVs Públicas, em Brasília. O MINC lançou cadernos de debate (vol 1 e 2), material que reuni os princípios norteadores da rede pública de televisão, projeto do Governo Federal . Entre os dias 26 e 28 de maio de 2009 aconteceu o II Fórum das TVs Públicas, em Brasília.

bastante específicas, e, em alguns casos, discrepantes, considerando-se a amplitude e a diversidade sócio-cultural do Brasil.

Deste modo, dois anos depois do I Fórum Nacional das TVs públicas, ocorrido em 2007, as entidades representativas do campo público de televisão⁷ realizaram o II Fórum e cobram, do poder público, a apresentação de propostas para as emissoras que atuam neste contexto e continuam sem uma regulamentação específica.

Até então somente a TV Brasil, emissora do governo Federal, está salvaguardada pela Lei 11.652, de 7 de abril de 2008, que criou a EBC, Empresa Brasileira de Comunicação. A Secretaria de Audiovisual do Ministério de Cultura (SAV) tem como proposta a implantação de três canais públicos, Canal da Cultura, Canal da Educação e Canal da Cidadania, criados pelo decreto nº 5.820/06.

Em resposta à solicitação de um posicionamento feita pelos gestores e pensadores de TVs públicas brasileiras, a SAV, apresentou os seguintes compromissos: **1.** Apoiar a implantação dos canais criados pelo decreto nº 5.820/06, **2.** Expor definições claras dos três sistemas de radiodifusão (estatal, público e privado) e diretrizes para a sua complementaridade. **3.** Diferenciar sistemas estatal e público de “campo público”, **4.** Defender a revisão da regulamentação infra-legal relativa ao art.221 da Constituição Federal, **5.** Reconhecer a regulamentação da interatividade como mecanismo para a consecução de objetivos específicos das emissoras do campo público e como condição essencial para que elas participem de ações inter-setoriais e interdisciplinares, **6.** Reforçar a necessidade de regulamentação de novas mídias com princípios similares aos outros meios de comunicação de massa, **7.** Apoiar a migração dos canais públicos da Lei do Cabo para o sistema Brasileiro de TV Digital (SBTVD), **8.** Defender o compartilhamento de infra-estrutura, a multiprogramação e a flexibilidade na formação de redes como condições essenciais para o desenvolvimento do campo público, **9.** Fomentar o debate sobre mecanismos de financiamento alternativos ao binômio “recursos estatais/apoio cultural”, **10.** Apoiar a criação do Instituto de Estudos do Campo Público e a verificação de novos parâmetros para a medição de audiência.

⁷ São elas: Associação Brasileira das Emissoras Públicas, e Educativas e Culturais (ABEPEC), Associação Brasileira de Televisão Comunitária (ABTU), Associação Brasileira das Televisões e Rádios Educativas (ASTRAL) e a Associação Brasileira de Canais Comunitários (ABCcom)



Considerações finais

Devemos considerar que do ponto de vista da práxis, teoria e prática seguem conjuntamente num processo dinâmico e constante de observação para posterior intervenção na realidade. A televisão, sobretudo em sociedades demasiadamente estratificadas, como é o caso da brasileira, continua na condição de objeto empírico difícil de ser analisado, como já observava Wolton desde a sua obra de maior impacto no Brasil, *Elogio do grande público- uma teoria crítica da televisão*.

Isto ocorre por diversas razões, mas o cerne da questão, de algum modo, relaciona-se ao contexto em que é vivenciada e pensada. De um lado, estão as emissoras comerciais que, no campo da livre-iniciativa, como sugere o termo, têm o alibi para adotar a lógica de mercado, na busca desenfreada da audiência. Porém, cada vez mais, buscam o perfil de empresa-cidadã e exercitam a dimensão de serviço público, protagonizando ações políticas e sociais na área da educação e do meio ambiente, notadamente.

Em contrapartida, as emissoras públicas buscam redefinir suas missões, na tentativa de conciliar audiência à qualidade da programação e empreender gestões mais auto-sustentáveis. Atualmente, a dependência do modelo público em relação às demais instituições sociais ocorre em dois âmbitos: no político e no econômico. Em ambos os casos, tais interferências incidem na forma de gestão, na grade da programação ofertada ao telespectador e, ainda, no jornalismo realizado por estas emissoras. Nem sempre a missão de valorizar a diversidade sociocultural é perceptível nos telejornais, em muitos casos refratários à polifonia, ou seja, à veiculação das diversas vozes sociais⁸.

Rever os tipos de vínculos estruturais e financeiros com o poder político, para evitar o viés estatal, na esfera das emissoras culturais, educativas e comunitárias e, por vezes, aqueles estabelecidos eventualmente, de forma indireta, com segmentos representantes do poder econômico, na veiculação disfarçada de anúncios publicitários que em muito se distanciam das chamadas propagandas institucionais, não é tarefa fácil para as emissoras do campo público. Isto para não falar das questões tecnológicas, que

⁸ Cf. Nilo, A T L. Intertextualidade e polifonia nas televisões pública e privada: análise textual-discursiva dos telejornais *Cultura Noite* (TV Cultura) e *Jornal Nacional* (TV Globo).

implicam na uniformização dos aparatos técnicos de produção e veiculação, e ainda daquelas referentes ao plano normativo das regulamentações.

Portanto, entendendo-se a língua como prática social e a comunicação midiática na perspectiva dialógica, a televisão constitui determinadas realidades sociais, sendo ao mesmo tempo por elas constituída. O êxito da televisão enquanto instância capaz de estabelecer um laço social, trazer modernização e vir a contribuir na configuração de uma identidade nacional, depende do que é feito pelos gestores, matéria prima do que é analisado pelos pesquisadores dedicados à investigação deste instigante meio de construção de realidades nem sempre *televisíveis*.

Os estudos de caso ganham em precisão e perdem em extensão, enquanto o inverso oposto acontece com as pesquisas dedicadas a objetos mais abrangentes. Nestes, as categorias de análise nem sempre observam a dimensão qualitativa da investigação, dada a preocupação exaustiva com dispositivos teórico-metodológicos quantitativos que atém-se, comumente, a fatores tais como *tempo* e *espaço*, não propriamente nas suas dimensões simbólicas, mas nas suas características passíveis de serem mensuradas.

Por fim, no caleidoscópio da mídia televisiva brasileira, a TV estabelece laços sociais, ora mais firmes ora mais frágeis, ora mais curtos, ora mais extensos, a depender das relações de poder que as emissoras estabelecem com suas parcerias institucionais e com o seu público-alvo. A identidade nacional estampada pelas TVs públicas parece bem mais representativa da diversidade sócio-cultural do país, porém este laço é firmado com segmentos organizados da sociedade civil, grupos artísticos, comunidades acadêmicas e, organizações comunitárias

Enquanto isso, o dito cardápio eclético da programação oferecida pelas emissoras privadas parece mais sintonizado com um leque mais amplo de segmentos sociais, irmanados no chamado grande público. Ainda assim, por vezes, a realidade social se impõe de tal forma que nem sempre se enquadra nas telas das TVs ou nos arcabouços que formulamos para analisá-la.

O fenômeno cultura de massa, que transcende a televisão, rouba da cena pública a abordagem de manifestações de enorme riqueza cultural. Estas se encontram dependentes de estruturas de financiamento que estabelecem contratos de exclusividade



com determinados canais de televisão, nos quais patrocinadores de peso podem anunciar livremente seus produtos e, assim, obter o esperado retorno financeiro. Citemos um exemplo ilustrativo. Nem mesmo a crescente preocupação com a Amazônia Legal garante a aparição do festival de Parintins em todas as TVs abertas. Nesta região, ao norte do país, uma das mais ricas manifestações artístico-culturais é a disputa entre duas agremiações: o boi *caprichoso* e o boi *garantido*. Estes grupos folclóricos parecem ter emprestado seus adjetivos à qualificação do próprio mercado, que costuma ser *caprichoso* na obtenção de um lucro *garantido*. Não causa espanto que tenha se transformado em evento de mídia, transmitido, anualmente, por uma única emissora de TV, privada, claro!

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BUCCI, E. **A TV pública não faz, não deveria dizer que faz e, pensando bem, deveria declarar abertamente que não faz entretenimento.** in Caderno de Debates. Vol 1. Diagnóstico do campo público de televisão. I Fórum nacional de TV's Públicas. Brasília, 2007.

BRANDÃO, N G. **O Espetáculo das Notícias-** A televisão generalista e a abertura dos telejornais. Lisboa; Editorial Notícias, 2002.

CAVALCANTE, R. P. S. **Observatório da Imprensa:** análise da função de voz crítica da mídia do programa durante a Copa do Mundo de 2006. Trabalho de Conclusão de Curso. (Graduação em Comunicação Social-Jornalismo) - UFT. Orientador (a): Adriana Tigre Lacerda Nilo.

MACHADO, A. **A Televisão levada a sério.** São Paulo: Editora Senac, 2000.

MINC. **Caderno de Debates.** Vol 1. Diagnóstico do campo público de televisão. I Fórum nacional de TV's Públicas: Brasília, 2007.

_____. **Cadernos de Debates.** Vol 2. Relatórios dos grupos temáticos de trabalho. I Fórum nacional de TV's Públicas: Brasília, 2007.

NILO, A T L. **Intertextualidade e polifonia nas televisões pública e privada:** análise textual-discursiva dos telejornais Cultura Noite (TV Cultura) e Jornal Nacional (TV Globo) / Adriana Tigre Lacerda Nilo. -- Campinas, SP : [s.n.], 2008.

WOLTON, D. **L'Eloge du Grand Public.** Une théorie critique de la télévision : Paris, Flammarion, 1990

_____. **Elogio do Grande Público.** Uma Teoria Crítica da TV. São Paulo: Ática, 1996.

_____. **Pensar a comunicação.** Brasília: Editora UNB, 2004.