



## **Programa Povo na TV da TVE-ES como Estratégia de Comunicação Pública<sup>1</sup>**

Ms. Francisca Selidonha Pereira da Silva<sup>2</sup>

Centro Universitário Vila Velha (UVV), Vila Velha, Espírito Santo

### **RESUMO**

O Programa jornalístico da TVE/ES “Povo na TV”, veiculado de 1991 até 1994, foi inovador pela interatividade e jornalismo comunitário. Objetivo é analisar se esse programa, usado como estratégia de comunicação pública, conseguiu aproximar o governador Albuíno Azeredo da população carente, que o elegeu, e melhorar sua imagem. Com base em Pierre Bourdieu(1996), George Balandier(1981), Jünger Habermas(1984), Jorge Duarte(2007) e Gramsci(1979) concluímos que as comunidades carentes descobriram nesse espaço uma forma de transpor a burocracia e chegar às autoridades para pressioná-las por melhorias nos bairros. O programa tornou-se uma praça pública midiática. Porém, o governador não atingiu o seu objetivo de melhorar a sua imagem pública junto aos excluídos e não conseguiu mais se reeleger para outro cargo público.

### **PALAVRAS-CHAVE**

Poder; comunicação pública e espaço público midiático

### **INTRODUÇÃO**

Com a redemocratização do país as exigências da comunicação aumentaram e tornaram-se mais complexas nos últimos anos. Cada vez mais multifacetada, a comunicação exige a adoção de uma série de instrumentos, líderes e gestores que reconheçam essa prática. O grande desafio tem sido é compreender e acompanhar os interesses do cidadão e dos agentes sociais para viabilizar a ação de interesse público. (DUARTE, 2007, p.64). “A Comunicação Governamental envolve as relações de Estado, Sociedade e Governo, a partir da ação deste último”. De acordo com Jorge Duarte (2007, p.63) comunicação pública é uma expressão que tem se tornado popular “por responder ao anseio coletivo de uma comunicação mais democrática, participativa e equânime”. A exigência de

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na NP Políticas de Comunicação e Cultura, do IX Encontro de Núcleos de Pesquisa em Comunicação.

<sup>2</sup> Dr<sup>a</sup> Márcia Barros Ferreira Rodrigues (orientadora da dissertação para obtenção do título de mestre da Pós-graduação em História Social das Relações Políticas da UFES/ES).



comunicação no âmbito dos governos é conseqüência da redemocratização do país e a transformação da sociedade na década de 1980. “A rolha da ditadura saltou, depois de mais de duas décadas, prendendo o gás da opinião pública, dando origem à liberdade política, de imprensa, da participação popular, ao estabelecimento dos direitos do consumidor e a uma nova Constituição”. (DUARTE, 2007, p.63)

A Constituição Federal de 1988 representou mudança no papel do Estado e junto com s mecanismos como Código de Defesa do Consumidor, o modelo de terceirização dos serviços, o fortalecimento de grupos de interesse e pressão e dos movimentos sociais e o desenvolvimento tecnológico foi criado um sistema de participação e pressão social que forçou a criação de mecanismos para dar atendimento às exigências de informação e tratamento justo ao cidadão em sua relação com o Estado. O cidadão comum, até então ignorado pela administração pública, passou a ser alvo de seu interesse, com a mudança de paradigma implementada pela redemocratização do país. (DUARTE, 2007, p.64)

Para Duarte (2007, p.66), a comunicação pública trata do discurso e da ação na conquista da opinião pública em relação a idéias ou atividades que tenham relação com o poder. Nesta direção, a comunicação pública diz respeito à interação e ao fluxo de informação relacionado a temas de interesse coletivo e ocupa-se da viabilização do direito social, individual e coletivo, à informação, à expressão, ao diálogo e à participação. “Fazer comunicação pública é assumir a perspectiva cidadã na comunicação envolvendo temas de interesse coletivo, alterando seu eixo tradicionalmente centrado no atendimento dos interesses da instituição e de seus gestores”. Para Duarte (2007, p.66), o objetivo da comunicação pública é o atendimento do interesse público e da sociedade, simbolizado pelo cidadão. O desafio é colocar a perspectiva do conjunto da sociedade e do indivíduo-cidadão acima das instâncias governamentais, privadas, midiáticas, pessoais e políticas. Pelo compromisso com o interesse público e poder de ação, os governos, segundo Duarte (2007, p.66), devem ser os principais indutores da comunicação pública, assumindo o compromisso de promover políticas públicas, desenvolver uma gestão aberta e qualificar canais, meios e recursos que permitam a viabilização da comunicação de interesse público e o envolvimento de todos os interessados.

Um dos principais atores no campo da comunicação pública é a imprensa. Ela estabelece espaço público indispensável de informação, debate e formação da opinião na democracia contemporânea. Para Duarte (2007, p.68), a imprensa pode e deve ser livre, mas não oferece comunicação a todos, nem na emissão e nem na recepção – e não



atua na perspectiva de participação e formação de consensos, porque é integrada por atores privados comprometidos com próprios interesses. Entretanto, entendemos que os canais de imprensa públicos devem ter uma postura contrária abrindo espaço para o debate aberto com a população, funcionando como um espaço público na mídia.

## **OBJETIVOS, HIPÓTESE E RELEVÂNCIA DO TEMA**

Por isso, esse artigo busca recuperar a memória histórica de um período inédito da comunicação pública no Espírito Santo com investimento nos veículos públicos – TV Educativa e Rádio Espírito Santo - pela análise do Programa “Povo na TV” para entender os propósitos e os efeitos da política de comunicação do Governador Albuíno Azeredo. O Programa da TVE-ES “Povo na TV” foi criado em um período efervescente da política capixaba de valorização da comunicação como recurso de relacionamento do poder público com o cidadão comum. Esse programa, que foi ao ar no Espírito Santo, no período de 1991 até 1994, foi precursor de um processo hoje irreversível de busca pela sociedade de mais transparência e participação na gestão pública por meio de uma comunicação pública mais eficiente e democrática. Defendemos que esse programa foi estrategicamente criado, visando a aproximação do governo com as classes populares, tornando-se um palco mediático onde as camadas populares buscavam obter melhorias comunitárias. Pelo programa, o governador foi alvo de enfrentamento e crítica por parte das classes populares à sua administração e seus aliados políticos.

As pessoas residentes em bairros carentes da Região Metropolitana solicitavam a participação nesse programa com a esperança de resolverem os seus problemas comunitários básicos, tais como: falta de infra-estrutura básica, abastecimento precário de água, queda de luz, falta de pavimentação das ruas, iluminação pública deficiente, falta de segurança, escolas depredadas e falta de atendimento de saúde ou serviço médico irregular e ineficiente nos postos da rede pública instalados nos bairros.

O governador Albuíno Azeredo<sup>3</sup>, acreditando na eficácia dos recursos de dramatização e encenação para comunicação e legitimação de sua administração junto às camadas populares, investiu na mídia eletrônica, que é segundo Habermas (GOMES, 1998) o espaço público da modernidade. Com base em Georges Balandier (1981) e Pierre

---

<sup>3</sup> Albuíno Azeredo governou o Espírito Santo no período de 1991 a 1994, engenheiro e empresário bem sucedido, de origem humilde nascido no Morro de Argolas, em Vila Velha(ES), foi o primeiro governador negro do Estado e representava a esperança de melhoria de vida dos excluídos que o elegeram.(N.A)



Bourdieu (2005), demonstraremos nessa análise que esse programa se configurou como recurso apropriado para dramatização, encenação e representação simbólica do poder. Nossa hipótese é que o processo não atingiu os objetivos porque houve confronto das camadas populares e a inter-relação de forças, uma luta pela hegemonia nos parâmetros da teoria de Antônio Gramsci (RODRIGUES, 2006), em que as camadas populares pressionavam as autoridades por respostas às suas demandas sociais de melhoria da qualidade de vida. As lideranças populares descobriram nesse programa uma estratégia de pressão das autoridades para obtenção de obras e atendimento de demandas comunitárias.

Por outro lado, é preciso também considerar a ação do jornalista que atuou no Programa Povo na TV e propiciou o estabelecimento da praça pública midiática. A ação do intelectual ampliada, diferente, capaz de um caráter formulador e de despertar consciências e transformar a sociedade em que vive. Essa é a perspectiva do teórico italiano Antônio Gramsci. O intelectual preconizado por Gramsci esteve presente no Programa Povo na TV da TVE/ES. Para Gramsci (RODRIGUES, 2005, p.37), o intelectual orgânico é “o que age, que atua, participa, ensina, organiza e conduz, enfim, se imiscui e ajuda na construção de uma nova cultura, de uma nova visão do mundo, de uma nova hegemonia”. O repórter funcionou como facilitador desse processo de mobilização e de consciência das classes populares. Criou as condições para esse despertar de consciência que rompeu as barreiras impostas pela burocracia do poder público e confrontou as autoridades ao vivo através da mídia que se tornou um espaço público reconfigurado na contemporaneidade.

Esse programa foi escolhido por ser representativo do governo Albuíno Azeredo, quando houve grande valorização da comunicação e do *marketing* político. O governador se utilizou de recursos historicamente explorados por vários governantes de encenação e dramatização, visando a aproximação com as classes populares e a massa. Luis XIV em seus *divertissements*<sup>4</sup> usava a ópera francesa e a comédia como recursos políticos. “O grande ator político comanda o real através do imaginário. Ele pode manter em uma ou outra destas cenas, separá-las, governar e produzir o espetáculo”. (BALANDIER, 1891, p. 6). Como Luiz XIV, Albuíno usou recursos de dramatização.

Pela análise do Programa Povo na TV também é possível demonstrar que o espaço público descrito por Habermas não acabou, mas se reconfigurou, transferindo-se na

---

<sup>4</sup> De acordo com o Dicionário Michaelis Francês-Português significa divertimento, diversão, brincadeira.



contemporaneidade das praças públicas e cafés franceses freqüentados por burgueses – uma classe emergente e discriminada pela aristocracia, do final da idade média, que tinha a oportunidade de exercer a retórica sem restrições - para os meios de comunicação. (GOMES, 1998). O Povo na TV se tornou o espaço público contemporâneo, onde o que valia era força do argumento, do diálogo, da retórica. O espaço público preconizado por Habermas (GOMES, 1998) foi transferido para os meios de comunicação. Ali se travava uma disputa de classes onde o excluído tentava através do programa transformar a sua realidade social apresentando pela mídia suas reivindicações às autoridades. Nesse espaço, o excluído social conseguia superar os entraves impostos pela burocracia do Poder Público. Habermas (1984, p.14) explica conceitualmente que a própria “esfera pública” se apresenta como esfera:

[...] o âmbito do que é setor público contrapõe-se ao privado. Muitas vezes ele aparece simplesmente como esfera da opinião pública se contrapõe diretamente ao poder público. Conforme o caso inclui-se entre os “órgãos da esfera pública” os órgãos estatais ou então as mídias que, como a imprensa, servem para que o público se comunique.

## **METODOLOGIA**

Para compreendermos o que significou o programa Povo na TV, chegamos a um registro da memória, utilizando a técnica de história oral (ALBERTI, 2004) em entrevista a participantes do processo, responsáveis na época pela criação do programa como estratégia de comunicação pública. Na definição de Verena Alberti (2004, p.18):

[...] a história oral é um método de pesquisa (histórica, antropológica, sociológica, etc.) que privilegia a realização de entrevistas com pessoas que participaram de, ou testemunharam, acontecimentos, conjunturas, visões do mundo, como forma de se aproximar do objeto de estudo. Como consequência, o método da história oral produz fontes de consulta (as entrevistas) para outros estudos, podendo ser reunidas em um acervo aberto a pesquisadores.

Uma dificuldade nesse processo é que muitos recursos utilizados na confecção desse programa foram extintos na mudança de sede da TVE do prédio da Assembléia Legislativa, Centro de Vitória, para o Teatro Carmélia Maria de Souza, Santo Antônio, realizada em 2001. Os relatórios dos programas e fitas de vídeo dos programas foram danificadas por uma inundação da nova sede. Por isso, para conhecer a memória daquele período nos utilizando de marcas, sinais, vestígios, pistas, depoimentos, fragmentos deixados pelos atores sociais, jornalistas e políticos que participaram desse contexto



histórico. Por esse motivo, a pesquisa se utiliza do método indiciário desenvolvido pelo italiano Carlo Ginzburg com base nos estudos realizados no final do século XIX por Giovanni Morelli. O objetivo de Morelli era identificar as falsificações de pinturas famosas utilizando-se de pormenores negligenciáveis e menos influenciados pelas características da escola do pintor, tais como: os lóbulos de orelhas, as unhas, as formas dos dedos das mãos e dos pés. (GINZBURG, 1998, p.143-144).

Castelnuovo (Ibidem) aproximou o método indiciário de Morelli ao que era atribuído a Sherlock Holmes pelo seu criador Arthur Conan Doyle. “O conhecedor de arte é comparável ao detetive que descobre o autor do crime (do quadro) baseado em indícios imperceptíveis para a maioria”. Para Ginzburg (1989), a psicologia moderna estaria ao lado de Morelli porque os nossos pequenos gestos inconscientes revelam o nosso caráter mais do que qualquer atitude formal. Segundo ele, Freud em seu ensaio “O Moisés de Michelângelo” (1914) se referiu ao método usado por Morelli, que na época se identificava com um especialista em arte russo, Ivan Lermolieff. De acordo Ginzburg (1989), Freud afirmava:

Creio que o seu método está estreitamente aparentado à técnica da psicanálise médica. Essa também tem por hábito penetrar em coisas concretas e ocultas através de elementos pouco notados ou despercebidos, dos detritos ou “refugos” da nossa observação.

## **FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

Para compreensão da motivação do Governador Albuíno Azeredo para criação desse programa, buscamos auxílio também em Bourdieu (2005, p.188), uma vez que considera que o homem político retira sua força política da confiança que um grupo põe nele. Retira o seu poder mágico sobre o grupo da fé na representação que ele dá ao grupo e que é uma representação do próprio grupo e da sua relação com outros grupos. O homem político como homem de honra é vulnerável às suspeitas, às calúnias, ao escândalo, a tudo o que ameaça a crença, a confiança, fazendo aparecer à luz do dia os atos e os ditos secretos escondidos do presente e do passado. Para Bourdieu (2005) esse processo faz com que o homem político esteja comprometido com o jornalista, detentor de poder sobre instrumentos de grande difusão que lhe dá poder sobre toda espécie de capital simbólico (poder de fazer ou desfazer reputações). Para entender o alcance desse poder simbólico do jornalista que influencia a opinião pública basta citar o exemplo do



caso Watergate, em que investigações de jornalistas levaram ao *impeachment*<sup>5</sup> o presidente dos Estados Unidos Richard Nixon. (BOURDIEU, 2001, p. 202).

Para Sérgio Miceli (BOURDIEU, 2005), o poder simbólico permite exprimir o sofrimento, a decepção, a alegria, todos sentimentos associados aos tempos fortes do ciclo de vida de um grupo social e, num outro registro, veicular os anseios, as expectativas, as identidades e demais sinalizações pertinentes com que os grupos sociais buscam afirmar sua diferença por meio dos encantamentos instilados em sua definição dos mistérios da vida e do mundo.

Bourdieu (1996, p.23) utiliza o modelo saussuriano que faz da linguagem uma eleição, mais do que instrumento de ação e poder. Ele trata o mundo social como um universo de trocas simbólicas e reduz a ação a um ato de comunicação que está destinado a ser decifrado mediante uma cifra ou um código, uma língua ou uma cultura. O discurso só tem sentido quando é decifrado e aceito como tal com seu valor simbólico. Portanto, para Bourdieu (1996, p.23) o que circula no mercado lingüístico não é a ‘língua’, mas discursos estilisticamente caracterizados. É preciso observar que o efeito consiste em despertar experiências variáveis segundo os indivíduos. É nessa perspectiva que analisamos o discurso da gestora da comunicação do Governo Albuíno Azeredo, Elizabete Rodrigues. Bourdieu (1996) defende a existência de um mercado de sentidos onde os discursos realizam uma troca simbólica, em que o lucro é daquele que tem maior domínio do campo. Para ele, os discursos alcançam seu valor (e seu sentido) apenas por uma relação com um mercado, caracterizado por uma lei especial de formação particular dos preços.

## **O POVO NA TV COMO ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PÚBLICA**

O programa Povo na TV fez parte de uma estratégia de comunicação pública inédita no Estado de prioridade a investimento nos veículos públicos, visando promover uma proximidade maior das classes populares com o governo. Nesse cenário, o Governo Albuíno Azeredo se antecipa e cria um programa visando uma aproximação com o povo e um diálogo pela mídia dentro de uma estratégia inovadora para época de comunicação pública. O Programa Povo na TV era parte estratégica da política de Comunicação

---

<sup>5</sup> De acordo com Novo Dicionário Aurélio da Língua Portuguesa (FERREIRA, 1986), é uma palavra de origem inglesa que denomina no regime presidencialista o ato pelo qual se destitui, mediante deliberação do Legislativo, o ocupante do cargo governamental que pratica crime de responsabilidade; impedimento.



implementada pela Superintendente de Comunicação Elizabeth Rodrigues, que tinha *status*<sup>6</sup> de Secretária de Estado, que foi estrategista e profissional de *marketing*<sup>7</sup> responsável pela eleição do governador Albuíno Azeredo. Por esse motivo, decidimos concentrar a análise no depoimento da profissional de *marketing*, Elizabeth Rodrigues, para entender a motivação da criação do programa e confirmar se atingiu o objetivo de melhorar a imagem do governador junto ao povo excluído.

O Programa Povo na TV foi inovador na comunicação pública em vários aspectos – técnico, profissional e político. Pela primeira vez ousou-se fazer uma comunicação voltada para valorização dos veículos de comunicação públicos com investimento dos recursos disponíveis para essa área. O Povo na TV foi a principal vitrine desse processo que visou a aproximação do governo Albuíno Azeredo do povo excluído, em grande parte responsável pela sua vitória nas urnas. Essa mudança de paradigma na comunicação pública do Estado trouxe conseqüências, uma vez que alterou uma tradição de investimento de verba pública em publicidade nos grandes veículos de comunicação do Estado e na realização de eventos e festas no interior junto às bases políticas eleitorais. Esse processo provocou uma pressão junto aos políticos por parte das oligarquias locais, tornando a governabilidade inviável com o desencadeamento da ameaça de *impeachment* do governador Albino Azeredo. O Programa Povo na TV se insere nesse cenário como mais um elemento propulsor da crise política, uma vez que as comunidades carentes utilizavam o espaço para pressionar o governo e as autoridades públicas em busca de melhores condições de vida. Esse espaço também foi descoberto pela oposição e foi preciso uma estratégia por parte dos dirigentes do programa para evitar o uso político para pressão do governo. Essa situação não era isolada do Espírito Santo, mas refletia uma tendência nacional, como alerta Duarte (2007): “De súbito, na década de 1980, havia uma sociedade a quem dar satisfações, negociar, interagir. Havia liberdade de imprensa, estímulo à manifestação pública, um consumidor mais informado, mais exigente e uma maior concorrência”. Não apenas as empresas, mas também os governos precisavam se comunicar bem com os seus públicos de interesse e “nada mais foi como antes.” O excluído impedido de chegar antes da criação desse espaço até as autoridades passou a ter acesso ao poder diretamente a partir da criação do Programa Povo na TV, que disponibilizou uma praça pública midiática com a

---

<sup>6</sup> Significa posição social. Fonte: Dicionário Michaelis(1989).

<sup>7</sup> Significa ação de comprar ou vender, comercialização. Fonte: Dicionário Michaelis(1989).



transmissão ao vivo do programa da Praça Costa Pereira, no Centro de Vitória, ou dos bairros, onde qualquer pessoa tinha acesso livre aos microfones.

Utilizamos o método de história oral (ALBERTI, 2004) e a sensibilidade intrínseca do método indiciarista de Ginzburg (1998) na busca de pistas, sinais e vestígios na análise do depoimento da responsável pela estratégia de comunicação do Governo Albuíno, Elizabete Rodrigues<sup>8</sup>. Segundo ela, a criação do programa teve um custo político, uma vez que não era aceito pelos deputados, que exerciam pressão sobre ela. A repercussão dessa insatisfação política se repercutiu no orçamento da comunicação do governo: “Eu não me lembro qual foi o deputado que deu zero de orçamento para a comunicação. Nós ficamos um ano sem um real”. Os deputados boicotaram a verba da comunicação pública porque foram surpreendidos por uma nova linha editorial na comunicação pública, que era contrária, visceralmente, aos seus interesses, que eram desfavoráveis ao povo. Elizabete Rodrigues revela que o alvo principal dos deputados era o Povo na TV porque era a representação mais óbvia e mais aberta da linha editorial da TVE, da Rádio ES e dos órgãos de comunicação, que visavam, naquela administração, uma comunicação mais transparente, mais aberta, com uma linha direta com a população.

Os deputados se revoltaram, na visão de Elizabete Rodrigues, porque não conseguiram controlar a comunicação em função de haver esse tipo de canal aberto com o povo. O resultado disso não foi só o corte de verba, mas a sua exoneração por perseguição desses deputados que se sentiram prejudicados. Albuíno Azeredo, na opinião de Elizabete Rodrigues, não teve coragem para enfrentar as oligarquias do Estado, apesar de toda a competência que ele tinha como técnico. “Albuíno se submeteu à cor e não teve força, apesar da competência para ser vencedor no mercado e no mundo empresarial. Não foi o suficiente para ele enfrentar as elites e oligarquias”, afirma Bete Rodrigues. Albuíno se submeteu à lógica das oligarquias por racismo, por se sentir inferior devido a sua cor. “Ele num processo de racismo não conseguiu enfrentar as elites”.

O Albuíno não teve força para manter seus ideais, mas ele deu sustentação ao programa que ficou no ar de 1991 a 1994, durante todo o seu governo. Albuíno foi um visionário e antecipou questões e investimentos econômicos, que o Espírito Santo só desenvolveu mais de uma década depois. O Povo na TV tem que ser visto num contexto de contradição em que o governador Albuíno Azeredo se apresentava dividido entre ser fiel

---

<sup>8</sup> O depoimento da jornalista e profissional de *Marketing*, Elizabete Rodrigues, foi concedido no dia 15 de março de 2008.

a sua origem humilde e defensor dos oprimidos, dando voz a eles pelo programa e, ao mesmo tempo, tendo que ceder aos caprichos e desejos das oligarquias, que o pressionavam, politicamente, e o ameaçavam de *impeachment*, caso ele não cedesse:

Um governo que tinha a alma humana, uma alma negra no sentido da mãe preta, de ser a voz do excluído e tinha *performance* branca, ou seja, branca no sentido do colonizador, do que trabalhava para as elites, do que cedia para o capital. Ele viveu essa dubiedade, essa contradição interna e que o Povo na TV representava muito bem. O Povo na TV é o lado que eu gosto do Albuíno, o lado da campanha do Albuíno. É o lado de Albuíno que era o homem do povo, mas na hora que ele chegava no palácio, o povo ficava na TVE e, no Palácio, as elites o pressionavam e, ao mesmo tempo, acabavam dando um novo e outro direcionamento à estrutura de poder (Bete Rodrigues, 2008).

A importância do Povo na TV na percepção da jornalista e profissional de *marketing*, Elizabete Rodrigues, é porque reflete o lado visível de um Albuíno que não conseguiu superar as suas limitações e nem a pressão social de um Estado oligárquico marcado por oligarquias historicamente cristalizadas, que tiveram muita força no seu governo e que até hoje, ainda, continuam a mandar no Estado como uma grande “capitania hereditária”<sup>9</sup>. “O Povo na TV representou uma ruptura desse paradigma. A comunicação oficial passou de mãos. Saiu das mãos do poder público para a mão do seu dono, que é o povo, na expressão de Elizabete Rodrigues: “o povo passou a ser o grande patrão da TVE e da Rádio ES”. Elizabete Rodrigues ousou deslocar os investimentos dos veículos tradicionais e agências de propaganda para os veículos públicos. E sobre esse período de implantação dessa política de comunicação, Elizabete recorda:

No mercado eu era inimiga pública número um de todas as agências, das emissoras, porque não sobrava dinheiro para esse tipo de investimento em publicidade e propaganda. Inimiga número um dos deputados, que costumavam drenar através da Secretaria de Comunicação recursos para suas bases eleitorais nos jornais locais. As produções de festas, shows, palco, essas coisas todas. Tudo isso acabou durante dois anos. E, nós priorizamos a comunicação oficial: a TVE e o rádio.

Elizabete Rodrigues revela que a pressão foi insuportável e considera que poderia ter agido de outra forma para evitar o desfecho final de sua gestão, uma vez que ela atuou no governo por competência profissional e não tinha sustentação de nenhum grupo político para garantir sua permanência. “Eu hoje analiso que, como gestora, falhei também, porque essas rupturas não podem ser tão radicais e dramáticas”. Ela atribui a sua saída do governo por falta de sustentação política: “Eu não tinha força política

---

<sup>9</sup> Estrutura do Governo Colonial, expressa de forma figurativa. (N.A.)



nenhuma. Não tenho filiação partidária. Não tenho nenhum grupo político. Não represento nenhum grupo político”.

Apesar de toda criatividade e inovação na comunicação pública com implantação de novas estratégias que aproximaram o governo das classes populares e excluídos e da economia de verba pública com uso de técnicas de comunicação e da destinação dos poucos recursos da pasta para veículos públicos, Elizabete Rodrigues não conseguiu permanecer no governo até a conclusão do mandato.

Elizabete Rodrigues ousou mudar o paradigma da comunicação pública, investindo os recursos públicos em jornalismo na TVE e Rádio Espírito Santo. Promoveu eventos do governo com apoio da iniciativa privada, como as visitas do Papa João Paulo II e Mandela, bem como implantou uma Agência de Notícias para fornecer pautas públicas aos veículos convencionais, visando divulgar as realizações de governo com mídia espontânea, uma experiência inédita que serviu de modelo para outros Estados. Entretanto, esse processo alterou a política de destinação de verba pública para publicidade nos veículos convencionais pelas agências de publicidade, mudando uma tradição e provocando pressão do mercado publicitário no governo do Estado, o que desencadeou suspensão de verbas para a comunicação, cuja dotação chegou a ser zerada por intervenção e represália da Assembléia legislativa. Esse processo também provocou o desgaste da Superintendente de Comunicação, Elizabete Rodrigues, que devido às pressões pediu exoneração do governo, o que inviabilizou a continuidade dessa política de comunicação pública inovadora.

Assim, com a nomeação de um novo superintendente, as oligarquias garantiram o retorno ao modelo tradicional de distribuição das verbas públicas com investimento em publicidade e veiculação nos veículos comerciais. Porém, essa experiência inédita e inovadora de comunicação pública interativa com investimento em jornalismo comunitário, não poderia ser esquecida pelas gerações futuras.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Concluimos que a implantação da política de comunicação pública inovadora por Elizabete Rodrigues contou com o apoio político do governador Albuíno Azeredo, que enxergou nessa estratégia a possibilidade de aproximação com o povo excluído, que o elegeu, mas que esteve fora das políticas públicas ao longo do seu governo e por esse motivo não conseguiu mais se reeleger para qualquer cargo público e saiu com a



imagem desgastada do governo. O programa Povo na TV, apesar de ter se transformado em praça pública midiática e ter contado com seu apoio, não foi eficaz em melhorar sua imagem junto à população e ao povo excluído que o elegeu como pretendia sua equipe.

Concluimos que um dos motivos da imagem negativa de Albuíno Azeredo no final do governo foi porque os professores estiveram em greve grande parte de sua administração em busca de melhorias salariais, da valorização profissional e de melhores condições de trabalho. Entretanto, Albuíno Azeredo, que é um político carismático, que se elegeu devido a sua origem humilde, por ser o primeiro governador negro, e que venceu pela educação, ignorou o investimento na educação, em políticas sociais de amparo aos excluídos e de apoio ao movimento negro.

Os depoimentos confirmaram esse respaldo do governador que não interferiu no programa fazendo censura, apesar das inúmeras reclamações provenientes de seus aliados políticos na Assembléia Legislativa. Ele se manteve coerente até quando foi ameaçado de *impeachment* pelos deputados que detinham a hegemonia política da Assembléia Legislativa. Por outro lado, durante o seu Governo, a mídia foi usada como paliativa no atendimento das promessas de campanha. Essa aproximação se deu pelo Programa Povo na TV, que teve amplo apoio do governador Albuíno Azeredo até o final de seu governo. Verificamos com base nos depoimentos e em estudos de Georges Balandier (1981) e Pierre Bourdieu (2005), que esse programa se configurou como um recurso apropriado para a dramatização, encenação e representação simbólica do poder.

O jornalista que atuou no Programa Povo na TV funcionou como um intelectual orgânico nas características preconizadas por Antônio Gramsci (RODRIGUES, 2005) ao despertar a consciência e transformar a realidade dos moradores de comunidades carentes e oportunizar pelo programa a apresentação de suas demandas por melhorias às autoridades ao vivo pela televisão. O programa Povo na TV foi uma experiência de comunicação comunitária interativa inédita e inspirou inúmeros programas na imprensa capixaba porque oportunizou voz ao povo. Antecipou a implantação de mecanismos de transparência na relação do político com o povo pela mídia, característica da contemporaneidade preconizada por Habermas (GOMES, 1998) como espaço público do homem moderno, reduzindo os impedimentos impostos pela burocracia na relação com o poder público.

O Brasil mudou muito e o nível de consciência da população aumentou com a redemocratização do país, a partir da Constituição de 1988 e da criação de mecanismos de defesa do consumidor e desenvolvimento dos movimentos sociais. A mídia teve de



se adaptar à nova realidade social. Ao invés da TVE ter perdido espaço funcionou como uma escola e inspiração dos veículos convencionais no Estado. Grande parte dos programas das emissoras, atualmente, baseia-se no que a TVE fez ao criar na emissora convencional programas inspirados na experiência interativa de jornalismo comunitário. Esse tipo de experiência inspirou a criação na televisão capixaba de programas como “Gazeta Comunidade” e “Bem Viver” e nos jornais, as colunas “Qual a bronca?” “Prometeu e não cumpriu”, “Tribuna nos Bairros”, “Linha Direta” e outros. A escola foi a TVE, pois a mídia tem uma função pedagógica e uma função comunitária. O desafio da TVE do Espírito Santo é não conseguir atualmente se superar, pois deve estar na vanguarda, se antecipando nas tendências, mas faltam apoio e interesse público para viabilização desse processo.

Um dos papéis importantes na TV pública, na atualidade, é a promoção da inclusão digital. A TVE/ES poderia caminhar nessa direção e estar de novo à frente de um processo, que fatalmente será o futuro da comunicação pública, que é fazer um “*link*” entre a comunicação de massa e a internet. Até que haja a regulamentação da internet de fato, esse processo vai depender de projetos experimentais que nascerão nas universidades, nas pequenas faculdades, nas televisões educativas do mundo. Até essa regulamentação e a definição de quais são os limites desse território livre, o papel do poder público como catalisador e viabilizador dos investimentos é fundamental. O Programa Povo na TV foi a parte visível e um dos pilares de um projeto de comunicação que previa a priorização do contato direto do gestor e a população com intermediação da mídia, mas sem a edição da mídia formal que estávamos acostumados. Esse programa analisado foi a abertura, a quebra de um paradigma e o precursor de um processo de transparência que, atualmente, sofisticou-se com as publicações de balanços na internet, com leilão público e com pregão eletrônico. Duarte (2007) aponta quatro eixos para a comunicação de interesse público que são: transparência, acesso, interação e ouvidoria social, que avaliamos como tendo relevância no programa Povo na TV, com destaque para a importante contribuição história, apesar de não ter tido sustentação política para sua continuidade no Governo seguinte. As políticas públicas devem buscar universalizar o acesso à informação, à expressão e à participação, sendo integrativas, exercitar uma visão global e ter perspectiva duradoura, o que não foi possível no caso analisado do Programa Povo na TV, com importância pontual e foi extinto no Governo seguinte. Infelizmente, as políticas implícitas tendem a gerar ações pontuais (caso a caso) assistencialistas (o agente público é o “dono” do processo) e intuitivas em



contraposição ao modelo ideal que seriam as estruturantes, integradas e globais, emancipatórias (por exigir participação ativa) e planejadas. A não formalização induz ao imprevisto e à visão comprometida com os interesses do momento. (DUARTE, 2007).

Aqui no Estado esse processo de transparência teve início com o Programa Povo na TV, com o microfone, a câmera na frente do governador e o cidadão livre do outro lado, sem edição, fazendo pergunta. Esse encontro na praça pública midiática é o cerne da transparência. As pessoas aprenderam que é possível fazer essa interlocução direta com o poder público, porque a nossa geração veio de uma época cheia de intermediário. Tudo era intermediado pela estrutura do governo e pela burocracia. O povo descobriu os mecanismos e essa comunicação com o poder público se transformou numa tendência irreversível na direção da interatividade e transparência, com perspectiva de ampliação no futuro próximo com as novas ferramentas de acesso à comunicação pela convergência midiática.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALBERTI, Verena. **Manual de História Oral**. Rio de Janeiro: Ed. FGV, 2004.
- BALANDIER, G., **O poder em cena**. Brasília: Editora UnB, 1981.
- BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas simbólicas**. 5 ed. São Paulo: Perspectiva, 1999.
- BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas lingüísticas. O que falar quer dizer**. São Paulo: Edusp, 1996.
- BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.
- BOURDIEU, Pierre. **O Poder Simbólico**. 8 ed. São Paulo: Bertrand Brasil, 2005.
- CANCLINI, Néstor García. “Democracia e *mass media*” em simpósio Uma cultura para uma democracia na América Latina. Memorial América Latina. São Paulo, 1996:2-29.
- CANCLINI, Nestor García. **Culturas híbridas - Estratégias para entrar y salir de la modernidad**. México: Grijalbo, 1990.
- CARDOSO, C. F. S. & MALERBA, J. (Org). **Representações: contribuições a um debate transdisciplinar**. Campinas: Papirus, 2000.
- CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano**. Artes de fazer. Rio de Janeiro: Vozes, 1994.
- CHAUÍ, Marilena. **O que é ideologia**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1986.(21ª ed.).
- CHÂRTELET, François; DUHAMEL, Olivier; PISIERKOUCHNER, Evelyne. **História das idéias políticas**. Trad. Carlos Nelson Coutinho. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000.
- GRAMSCI, Antônio. **Os intelectuais orgânicos e a organização da cultura**. Trad. Carlos Nelson Coutinho. Rio de Janeiro: Ed. Civilização Brasileira S.A., 1979.
- GINZBURG, C. **Relações de força**. São Paulo: Cia. Das Letras, 2002, p. 13-45.
- GINZBURG, C. “Sinais – raízes de um paradigma indiciário” \_\_\_\_\_. In: **Mitos, emblemas e sinais – Morfologia e História**. São Paulo: Cia. Das Letras, 1998, p. 143-171..
- GINZBURG, C. **O queijo e os vermes. O cotidiano e as idéias de um moleiro perseguido pela Inquisição**. São Paulo. Companhia das Letras, 2002(3ª ed.).



- GOMES, Wilson. “Esfera pública política e media: com Habermas contra Habermas”. In: RUBIN, A:A:C: e outros (org). **Produção e recepção dos sentidos mediáticos**. Petrópolis:Vozes, 1998:155-186.
- GUALBERTO, João. O ponto de inflexão. **Essa – Espírito Santo Sociedade Aberta**, Vitória, ano 1, n. 1, p. 47, fevereiro de 2006.
- HABERMAS, Jünger. **Mudança estrutural da esfera pública – Investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.
- DUARTE, Jorge. “Comunicação pública”. In: LOPES, Boanerges(Org.). **Gestão em Comunicação Empresarial – Teoria e Técnica**. Juiz de Fora: Produtora Multimeios, 2007.
- MARTÍN-BARBERO, J. “América Latina e os anos recentes: o estudo da recepção em comunicação social.” In: SOUSA, M. Wilton de (org). **Sujeito, o lado oculto do receptor**. São Paulo: Brasiliense, 1995.
- MARTÍN-BARBERO, J. **De los medios a las mediaciones – comunicación, cultura y hegemonía**. México: Editorial Gustavo Gilli, 5ª edición 1998.
- ORTIZ, Renato (Org). **Pierre Bourdieu. Sociologia**. São Paulo: Atica, 1983.
- RODRIGUES, Adriano Duarte. “A constituição do espaço público moderno.” In: **Estratégias à comunicação**. Lisboa: Presença, 1990:31-43.
- RODRIGUES, Márcia Barros F. (Org). **A atualidade do pensamento de Antônio Gramsci para a história política**. Vitória: PPGHis, 2005.
- RODRIGUES, Márcia Barros F. (Org). **Exercícios de indiciarismo**. Coleção rumos da História. (Volume 6). Vitória: PPGHis/UFES, 2006.
- SILVA, Francisca Selidonha P. da. **As múltiplas vozes de um emissor. Programa da TVE “Povo na TV”. Receptor sujeito e espaço público de discussão dos problemas comunitários**. Estudos culturais latino-americanos – Estudo de caso. 2001. Monografia (Especialização em Estratégias de Comunicação Organizacional) – Programam de Pós-graduação da Faculdade Cândido Mendes, Vitória.
- SOUSA, M. Wilton de. “Recepção e comunicação: a busca do sujeito.” In: Sousa, M. Wilton de (org). **Sujeito, o lado oculto do receptor**. São Paulo: Brasiliense, 1995.