O Reflexo da (des)regulamentação no Conteúdo Local e na Gestão das TVs Educativas[1]

Ivonete da Silva Lopes[2]
Universidade Federal Fluminense, Niterói, RJ

Resumo: Neste artigo serão discutidas as diferenças existentes entre as nove emissoras de Televisão Educativas localizadas em Santa Catarina. As peculiaridades, em grande parte, não apontam para a pluralidade da programação, mas evidenciam que o conteúdo veiculado e a forma como são administradas as emissoras acabam explicitando as relações das emissoras com grupos políticos, religiosos e mercadológicos.

Palavras-chave: TV Educativa, terceirização, regulação, financiamento.

1 Introdução

O processo de distribuição das concessões educativas pelo Governo Federal tem sido pouco criterioso, o que acaba resultando em múltiplos usos das TVs educativas. A simplicidade desse processo e a falta de transparência dos critérios adotados, a nosso ver, potencializa a importância do capital social e da articulação política dos dirigentes da fundação que solicitam a concessão.

As diferenças entre as emissoras são bastante significativas, tanto em relação ao tempo de programação local inserida quanto aos gêneros exibidos. Há emissoras com uma média de trinta minutos diário de programação local enquanto outras veiculam doze horas. A partir das opiniões dos concessionários entrevistados, levantamos que o ponto mais polêmico da legislação e da atuação das TVs educativas é a forma de financiamento dessas emissoras. A maioria delas para viabilizar a sua manutenção financeira acaba terceirizando parte da programação.

2 Programação local e terceirização

Em Santa Catarina são encontrados perfis muito diferentes entre as TVs Educativas, tanto em relação à programação como em relação ao vínculo institucional. Tal fato se deve principalmente ao tipo de grupo social que controla e, conseqüentemente, orienta a programação das TVs educativas. Os grupos foram assim tipificados: 1)*TV Educativa*

[1]Trabalho apresentado no GP Economia Política da Informação, Comunicação e Cultura do X Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.
[2] Doutoranda em Comunicação na Universidade Federal Fluminense. Este texto é parte da dissertação apresentada neste mesmo programa de Pós-Gradução com financiamento do Programa Internacional de Bolsas de Pós-Graduação da Fundação Ford. E-mail: ivonetesilvalopes@gmail.com

Educacional[3] -Neste grupo, as TVs educativas são caracterizadas de Educativas Educacionais porque estão vinculadas a universidades e chegam mais próximas ao cumprimento do que estabelece a sua regulamentação: destinar a radiodifusão educativa exclusivamente à divulgação de programação de caráter educativo-cultural e não ter finalidades lucrativas). 2)*TV Educativa Política* – essas TVs são controladas por políticos de carreira, ou seja, políticos filiados a partidos políticos, 3)*TV Educativa Empresarial* – estão vinculadas a empreendedores; e 4)*TV Educativa Religiosa* – Embora seus dirigentes também tenham buscado inserção na política, o que define este grupo é o forte vínculo dos seus proprietários com a religião evangélica, o que caracteriza fortemente este grupo é a predominância do caráter religioso sobre o político e o educativo.

Os concessionários educativos possuem para escolher a rede a qual desejam afiliar-se pode também ser percebida para definir a quantidade de programação e o gênero de conteúdo que será veiculado pela emissora. Se somados o tempo diário de programas próprios gerado por grupo, o bloco identitário com menor inserção de conteúdo próprio é o Educacional, com a média de aproximadamente três horas diárias. A Unisul TV é a que mais tem conteúdo próprio, seis horas; e a TV Cultura SC veicula apenas 50min., entre terça e sexta-feira. Em contraposição, o grupo Religioso é o que mais tem conteúdo local, 12 horas por dia. Os grupos Empresarial e Político possuem um tempo semelhante, entre sete e oito horas. No primeiro, aparece a RBA TV com 11 horas e a ARTV com 2h30min No Político, a TV Criciúma com 12 horas e a TV Panorama com 3h30min

A justificativa para uma emissora ter apenas uma hora de programação diária como o exemplo da TV Cultura SC (Educacional), enquanto outras tem maior tempo, como as TVs Brasil Esperança (Religioso) mantém 12horas e a RBA TV (Empresarial) possui 11 horas, pode vir da necessidade de tornar a emissora viável financeiramente. Quanto maior a quantidade de programação local maior será a possibilidade de audiência, de "vender" anúncios e, consequentemente, de aumentar a rentabilidade da fundação. Conforme os argumentos: "Dá para se manter [com a televisão], não dá para ficar rico" (GONÇALVES, 2008) e " Temos audiência, [...] a prefeitura não anuncia aqui porque gosta da gente, mas porque damos retorno" (FRANCELINO, 2008).

Devemos considerar que a média diária de programação local inserida está contabilizando os programas terceirizados, medida adotada pela maioria das emissoras como alternativa para capitalizar o negócio. Somente no grupo Educacional não encontramos essa

[3] Preferimos Educativa Educacional e não Universitárias para não confundir com os canais Universitários disponíveis na televisão a cabo.

prática da venda de espaço, no qual os programas são gerados pela própria emissora ou através de parcerias com a cessão de equipamentos e estúdio para veiculação de programas que atendam o princípio educativo e contribuam com a diversificação da grade. São exemplos dessa situação: a TV Cultura SC que em parceria com a TV Capital, produz o programa de entrevistas *Mesa de Bar;* a FURB TV, que cede espaço para um programa sobre agricultura familiar veiculado pela Epagri – Empresa de Pesquisa Agropecuária e Extensão Rural de Santa Catarina e; por último, a Unisul TV que exibe o programa *Cidadania,* sobre os direitos do consumidor apresentado pela Associação das Donas de Casa de Tubarão, e o *Canta Viola Sul* que busca valorizar a música regional.

Nos demais grupos, o único coordenador que afirmou veementemente não terceirizar a programação foi Ataídes Redivo da ARTV, segundo ele pelo seguinte motivo: "Se começa a dividir [vender horário para terceiros na programação] você acaba perdendo o controle". No grupo Político, embora não tenhamos conseguido entrevistar Fábio Brezola, a grade da emissora aponta indícios que boa parte da programação é terceirizada[4]. Ainda nesse grupo, temos a TV Panorama – que mantém praticamente a grade local com os programas vendidos, sendo o telejornal a única programação própria que exibida de segunda à sexta-feira. Das 3h30min diária, quase três são de terceirizadas. Essa informação do tesoureiro da Fundação Rodesindo Pavan, Carlos Alberto Moretão coincide com a grade de programação da emissora; no entanto, os outros entrevistados parecem ter ocultado parte dos programas vendidos, ou seja, informaram que comercializam um tempo menor do que realmente ocorre.

Um dos casos em que verificamos essa divergência entre a fala do entrevistado e a grade de programação é a RBA TV, do grupo Empresarial. Rubens Gonçalves informou ter duas horas semanais de espaço vendido, porém na grade consta que às segundas-feiras, entre 16h e 18h30min, é transmitida a sessão da Câmara de Vereadores. Somente esse programa ultrapassa as duas horas de terceirização revelada por Gonçalves. Para transmitir ao vivo as 42 sessões anuais da Câmara[5], a fundação recebeu, em 2008, o total de R$44.100. Os demais programas terceirizados; *Sport Machine, Rudi e Willy* e *Hard Soft* correspondem a outras duas horas semanais de terceirização.

[4] Conforme será analisado ainda nesse capítulo, geralmente são terceirizados programas sobre venda de automóveis, agenda social ou no estilo *shop time* – gêneros que ocupam por parte da grade da TV Criciúma. Provavelmente devem ser vendidos espaço na grade para os programas *TV Shopping, Moto Show, Mercado Imobiliário* e *Portal do Automóvel,* ou seja, há indícios que no mínimo três horas diárias sejam terceirizadas.

[5] A Fundação Osny José Gonçalves venceu o processo licitatório 01/2008 da Câmara de Rio do Sul para transmitir as sessões ao vivo. Disponível em:http://docs.google.com/gview?a=v&q=cache:5BtFE5ukfTkJ:www.camarariodosul.sc.gov.br/files/PDF2008030708382179.PDF+licitacao+fundacao+osny+jose+gon%C3%A7alves&hl=pt-BR&gl=br

No grupo Religioso a terceirização chega a duas horas por dia, conforme afirmação do superintendente da TV Brasil Esperança, José Carlos Francelino. No entanto, é bem possível que o tempo ocupado com essa programação seja bem maior. No site da emissora no *link* "nossos programas" constam 10 produções, enquanto na grade há uma maior variedade. Somente o *Variedades com você* é exibido entre segunda e sexta-feira durante 1h30 e reprisado 30minutos durante a madrugada. Ainda tem os programas diários de *Esportes* e *Negócios da China*, ambos com 30 minutos cada. Semanalmente são apresentados o *Automotores* (1h30min. apresentado aos sábados), *Rudi e Willy* (30minutos semanal) e *Amigos da Viola* (30minutos semanal). Em Joinville, conforme disse Francelino aos domingos chegam a ter 16 horas de programação local , sendo grande parte produzido por terceiros.

Apesar dos coordenadores das emissoras que praticam a terceirizam argumentaram que analisam as propostas para veicular esses programas, demonstrando uma certa preocupação para que a televisão não se afaste dos princípios educativos, na realidade percebemos que muitos desses são de variedades ou voltados exclusivamente para a comercialização de imóveis, carros, motos e outros negócios. Talvez por esse motivo, a tentativa desses gestores em pouco falar, na entrevista, sobre o tempo destinado à venda de programas, porque se considerarmos que é proibido veicular publicidade nas emissoras educativas a veiculação de programas inteiros destinados ao comércio poderia complicar legalmente a atuação das TVs, caso houvesse um controle mais efetivo sobre a programação.

Embora reconheçamos que essa medida auxilia na manutenção financeira dessas emissoras e na diversificação da grade, pensamos não ser esta a melhor alternativa. A maioria dos horários vendidos são preenchidos com programas comerciais para vender carros, imóveis ou em alguns casos para conteúdo religiosos. Como a legislação brasileira proíbe a inserção de publicidade, a prática da terceirização contraria triplamente a lei, porque o concessionário vende o espaço na grade, o programa inteiro é destinado a venda de produtos e ainda não atende ao princípio educativo e cultural, previsto para essa modalidade de televisão.

3 Gêneros mais comuns na programação

Chama nossa atenção que entre as nove emissoras, somente três delas (TV Cultura SC , TV Panorama e ARTV) não possuem algum tipo de programa religioso, conforme o quadro abaixo. Ou seja, em todos os grupos encontramos esse gênero. No Educacional, a FURB TV e a Unisul TV retransmitem ao vivo a missa dominical, enquanto a RBA o faz aos sábados e diariamente exibe o *Fé em Família* que tem duração de cinco minutos. A TV

Criciúma (Político) possui pelo menos três programas: *Luz para a vida*, *Brasil para Cristo* e *Renovando Vida.* Tudo indica que todos esses programas também sejam terceirizados, como ocorre com o *Brasil para Cristo* – produzido pela Rede Aliança [6].

Programas comuns nas TVs Educativas catarinenses

		Gênero							
Vínculo	Emissora	Jornalismo	Esporte	Entrevista	Educativo/ Cultural	Feminino	Comercial	Policial	Religioso
Educativo	TV Cultura SC			X	X				
	Unisul TV	X	X	X	X				X
	FURB TV	X			X				X
Religioso	TV Brasil Esperança Itajaí	X	X	X		X	X	X	X
	TV Brasil Esperança Joinville	X	X	X		X	X	X	X
Empresarial	AR TV	X	X	X	X				
	RBA TV	X	X	X	X	X	X	X	X
Político	TV Panorama	X				X	X	X	
	TV Criciúma		X				X		X

Fonte: Pesquisa Direta

Como o próprio nome indica, o grupo Religioso[7] é o que destina maior tempo a esse gênero televisivo. Somente em Itajaí em alguns dias são veiculados no mínimo duas horas diárias, mas entre terça e quinta-feira podemos considerar que a emissora insere 4h30min de programas de religiosos. A grade começa entre meia-noite e 1hora com o autoajuda *Palavra Amiga e* das 8h45min às 11h45min é exibido o *Santo Culto. No período noturno,* entre 20h e 20h30min é apresentado o *Projeto Brasil Esperança* – programa assistencialista que ajuda a promover o Centro Evangelístico Integrado (CEI), grupo religioso que criou a Fundação Cultural e Educacional de Itajaí que mantém as emissoras. A programação religiosa diária encerra com mais uma hora de *Santo Culto*, apresentado entre 21h30 e 22h30min Aos finais de semana, em média, são duas horas de programas religiosos; e aos domingos, inserem o programa do televangelista estadunidente Jimmy Swaggart. Em Joinville, aos sábados vende espaço para a igreja Assembléia de Deus, que veicula por uma hora o *Missões Siloé*[8].

[6] É provável que todos esses programas sejam terceirizados, a exemplo do Brasil para Cristo que é produzido pela Rede Aliança. Disponível em: http://www.redealianca.com/quemsomos/apresentacao_%20rede_alianca.doc.

[7] Embora não seja o foco deste artigo, as rádios educativas, cabe ressaltar que Rádio 106,7 FM, concedida também a mesma fundação mantenedora das TVs Brasil Esperança, demonstra ser uma extensão da igreja, com versículos bíblicos e notícias sobre temas religiosos, ainda sem contar que praticamente 100% da programação é evangélica. No site consta que: "A Rádio 106fm tem caráter educativo, cultural e comunitário. [...] visando a exploração dos meios de comunicação sendo a primeira Rádio 100% destinada ao publico gospel educativa do estado de Santa Catarina". Disponível em: http://www.106fmgospel.com.br/index.php?page=quemsomos

[8] Disponível em: http://www.adjoinville.org.br/web/secoes/noticias/2008/transmissaovivo.htm

Consideramos que as TVs educativas poderiam veicular programas desse gênero desde que contemplassem a diversidade religiosa, mas o que percebemos é que não há preocupação em discutir a tolerância, o respeito pela crença do outro, mas sim de divulgar a sua própria religião. Além disso, cabe ressaltar que o Estado brasileiro é laico e a apropriação dessas concessões públicas para propagar determinadas religiões é uma contradição e foge completamente dos objetivos educativos previstos pela legislação para o rádio e a televisão aberta. No entanto, percebemos essa prática ocorre até mesmo na TV Brasil, emissora pública nacional, que aos sábados veicula um programa evangélico e aos domingos retransmite a missa dominical.[9]

Outro gênero televisivo presente em quase todas as emissoras é o jornalismo[10]. Apenas não possuem telejornal a TV Cultura SC e a TV Criciúma; a primeira justifica a ausência afirmando que programa desse tipo despenderia muito dinheiro e daria pouco retorno financeiro. O grupo identitário que mais insere telejornal na sua programação é o Religioso, com o total 2h15min, dividido em duas edições, entre segunda e sexta-feira. No grupo Empresarial, a RBA TV veicula 1h de telejornal, também em duas edições; enquanto a ARTV, 40 minutos. No grupo Político, a TV Panorama possui uma hora de telejornal, em duas edições. O Educacional a Unisul TV possui dois telejornais com o total de 1hora e a FURB TV 25 minutos.

A veiculação de programas de notícias locais pelas TVs Educativas tem uma grande importância para a autoestima da população, principalmente para as comunidades nas quais a cobertura jornalística dos grandes veículos de comunicação raramente ocorre, e as emissoras educativas são as únicas geradoras de programação local[11]. Conforme afirmaram Silva (Unisul TV), Gonçalves (RBA TV) e Redivo (ARTV) notícias sobre as suas respectivas cidades dificilmente apareciam nos telejornais das emissoras de televisão comerciais de Santa Catarina, e quando isso ocorria era para noticiar apenas grandes catástrofes ou fatos insólitos, como ganhadores da loteria. O contrário ocorre com as emissoras educativas, mais presentes no cotidiano dessas comunidades, que destacam acontecimentos que dificilmente apareceriam nas redes comerciais. Esse fato, embora não comprovado por pesquisa formal de audiência, leva os concessionários, devido a repercussão da programação, a supor que as suas emissoras superam, em alguns casos, a audiência das emissoras comerciais.

[9] Aos sábados entre 7h45 e 8h30 é exibido o Programa Reencontro, e aos domingos das 8h às 9h, a Missa Dominical. A programação da TV Brasil está disponível em: http://www.tvbrasil.org.br/programacao/default.asp

[10] Os programas esportivos geralmente antecedem o telejornalismo. Esse gênero televisivo apenas não está presente na TV Cultura SC, FURB TV e TV Panorama.

[11] Conforme já mencionamos, as TVs educativas são as únicas geradoras de conteúdo em Rio do Sul, Balneário Camboriú, Araranguá e Tubarão.

É imprescindível lembrar que o telejornalismo por ser considerado como um gênero televisivo, teoricamente, de maior credibilidade dentro da programação, pode ser utilizado para legitimar os interesses políticos e até comerciais dos concessionários – prática que também não difere em nada das TVs comerciais. Nesse sentido, destacamos o argumento de Gonçalves (RBA TV) : "As pessoas têm vaidade, vontade aparecer e mostrar o que produzem". Nessa fala podemos encontrar indícios de que a veiculação de determinada pessoa ou empresa pode vir casada com a venda de publicidade.

Da mesma forma que o jornalismo, os programas de entrevistas estão presentes na maioria das emissoras. Esses são espaços para repercussão mais aprofundada de temas abordados pelo telejornalismo, discussão da política regional e também para colocar em evidência políticos e empresários. Algumas emissoras optam por manter como apresentadores desses programas candidatos ou políticos já eleitos[12] . Pensamos que essa medida além de beneficiar os próprios políticos por ficarem em destaque na televisão e, dessa forma, tornarem-se mais conhecidos pela população, ela também pode trazer algumas vantagens para as emissoras que ao incorporarem capital social, podem transitar pelo mundo político e conseguir verbas publicitárias públicas.

A emissora com maior tempo dedicado a esse gênero televisivo é a TV Brasil Esperança. Essa emissora exibe em Joinville e Itajaí, de segunda a sexta-feira, das 22h30min a meia-noite, o programa *Buscando Soluções*. A Unisul TV produz o *Grandes Temas,* que vai ao ar as terças-feiras, entre 21h e 22h. Os quatro programas locais da TV Cultura SC, totalizando 50min, entre terça e sexta-feira, podem ser todos considerados como entrevistas, principalmente o *Debate Cultura* apresentado às terças-feiras, das 20h às 21h. Na ARTV encontramos dois programas: o *Espaço Aberto* veiculado três vez por semana, das 12h40min às 13h, e o *Viva bem com saúde,* programa semanal apresentado também entre 12h40min e 13h. Na RBA TV, vai ao ar, de segunda à sexta-feira, o programa *Tribuna do Alto Vale,* das 12h45min às 13h30min. Esse programa é reprisado à noite, das 20h20min às 21h. Nessa emissora ainda há o *Opinião Regional,* que é apresentado às terças-feiras, das 18h20min às 19h.

Com exceção do grupo Educacional, encontramos nos demais grupos uma tendência de copiar alguns gêneros mais populares da televisão aberta. Os programas femininos

[12] São exemplos dessa situação, o candidato a Deputado Estadual pelo DEM, Carlos Hoegen, que apresentou no ano eleitoral de 2006, o programa *Opinião Regional* exibido pela RBA; e Leonel Pavan que nesse mesmo ano comandava o programa *Opinião com Leonel Pavan.* Na Brasil Esperança o *Buscando Soluções* veiculado em Joinville é apresentado pelo Deputado Estadual, Kennedy Nunes (PP); enquanto em Itajaí o mesmo programa é comandado por Evandro Argenton, vereador eleito pelo PSDB do município de Navegantes.

aparecem entre segunda e sexta-feira na TV Brasil Esperança: *Variedades com você* (14 às 15h30) e *Papo de cozinha* –exibido aos domingos (11 – 12h). Na RBA TV há o *Programa Chico Santos* (11h15 – 11h55min), na TV Panorama existe o *Vera Toledo* com duas horas diárias (13h – 15h) e na ARTV o *Agenda Social*. A tônica desses programas é a mesma, algumas entrevistas, dicas de beleza, decoração, divulgação de receitas e preparação de pratos.

Outro gênero presente em três grupos é o policial, marcado pelo sensacionalismo e pela ausência de reflexão crítica sobre o aumento da criminalidade. A sinopse do *Ronda Policial*, exibido pela TV Brasil Esperança traduz bem a linha desses programas: "É um programa irreverente que fala das notícias policiais da nossa região com comentários do apresentador, sempre julgando os criminosos e defendendo a segurança do nosso povo".[13] Possuem programas semelhantes a TV Panorama com o *Rota Panorama* e a RBA com o *Na boca do povo*. As duas primeiras emissoras veiculam os programas citados de segunda a sexta-feira, com duração de 30 minutos, na RBA é semanal (sábado) com duração de 1h30min.

A reprodução pelas TVs Educativas dos gêneros televisivos feminino e policial, programas de boa audiência nas TVs comerciais, pode ser uma tentativa de popularizar a programação e atrair patrocinadores. Em alguns casos, como o da TV Panorama, tanto o programa *Rota Panorama* quanto o *Vera Toledo* não são produzidos pela própria emissora, mas veiculados por meio de terceirização. Na TV Brasil Esperança, o *Variedades com você* é produzido dessa mesma forma.

Se compararmos o que é apontado pela portaria interministerial[14] número nº 651, como sendo os programas educativos e culturais apropriados para as TVs educativas, com o que é veiculado regionalmente pelas TVs Educativas, percebemos na análise da grade de programação que não existe nenhum programa desse gênero nos grupos identitários Político e Religioso. No Empresarial, podemos considerar o *Recanto Crioulo* da RBA TV, que divulga a música tradicionalista da região; na ARTV possui programas semelhantes, o *Cantos da nossa gente* e o *Viva bem com saúde.* O grupo Educacional, embora seja o que tenha menor tempo de conteúdo local, é o que demonstra maior preocupação em atender as determinações legais. Na FURB TV se enquadram como educativo-cultural: 1) *O mundo fala* (sobre o

[13] Disponível em: www.brasilesperanca.com.br/programas.php

[14]Por programas educativo-culturais entendem-se aqueles que, além de atuarem conjuntamente com os sistemas de ensino de qualquer nível ou modalidade, visem à educação básica e superior, à educação permanente e formação para o trabalho, além de abranger as atividades de divulgação educacional, cultural, pedagógica e de orientação profissional, sempre de acordo com os objetivos nacionais (BRASIL,1999) .n. 651, de 15 de abril de 1999, disponível em: http://www.abepec.com.br/tvpublica/legislacao.html

idioma Inglês), 2) *Universo Pesquisa*, e 3) *Em dia com a Língua Portuguesa*. Na Unisul TV: 1) *Era uma vez* (contação de história), 2) *Canta viola Sul*, 3) *A hora do emprego*, 4)*Clip Aqui* (divulga bandas da região). Na TV Cultura SC podemos considerar as quatro produções como divulgação da cultura regional: 1) *Debate Cultura, 2*) *Diversidade*, 3) *Mesa de Bar e* 4) *Hora do Mané.*

4 Legislação e controvérsias

A opinião dos concessionários[15] de Santa Catarina sobre a legislação que regula a radiodifusão, com ênfase na Televisão Educativa no Brasil, é tão diversa quanto as diferentes formas como são geridas essas emissoras. Percebe-se que os integrantes do grupo identitário denominado Educativo Educacional são menos críticos em relação à restrição de anúncios publicitários. Qualquer forma de publicidade foi proibida na primeira legislação de 1967, mas a norma tornou-se mais flexível com o artigo 19 da Lei nº 9.637 de 1998, que autoriza a inserção de apoio cultural.

Na interpretação do diretor de Programação da Unisul TV, Ildo Silva da Silva, a legislação é ultrapassada: "fazer transmissão de apoio cultural sem trilha [sonora], sem dar endereço, sem dar telefone e email isso é absolutamente arcaico". Apesar dessas limitações quanto ao formato do apoio cultural, ele concorda que não se deva veicular publicidade de bebidas numa emissora educativa. Silva aponta como alternativa para auxiliar na manutenção financeira da TV falar da qualidade do produto em vez do preço. "Essa é forma inteligente de fazer com que as empresas consigam colocar um pouco de dinheiro na universidade para que possamos fazer uma televisão melhor." (SILVA, 2008).[16] Para o dirigente desta emissora, a busca de apoio cultural seria para ajudar a Universidade a sustentar a emissora, mas acredita que a instituição deva arcar com boa parte das despesas:

> A nossa universidade tem o compromisso com o Governo Federal, pela concessão, e isso faz com que [Unisul] nos autorize a buscar algum apoio [cultural]. Não acredito que dê para manter a emissora. Quando se pede a concessão da TV Educativa se tem esse compromisso, a busca de apoio é para exatamente buscar alguma coisa [recurso]. Não acredito que uma emissora, mesmo que comercial, consiga ser superavitária num mercado pequeno como o de Tubarão. Acho difícil se manter apenas com o mercado. Aqui, não sofro pressão do anunciante e isso nos permite ter um espaço de experimentação (SILVA, 2008).

Quando fala em compromisso da universidade com o Governo Federal, o entrevistado refere-se à regra para requerer uma Televisão Educativa. O Ministério das Comunicações

[15] As entrevistas foram concedidas pelos coordenadores das emissoras, entre julho e agosto de 2008, à autora dessa dissertação.
[16] Silva comenta que em 2008, a TV Cultura de São Paulo, emissora da qual a Unisul TV retransmite a programação, ganhou liminar para anunciar a rede de varejo "Casas Bahia" que também está sendo veiculado na emissora de Tubarão.

exige, entre os vários documentos necessários para protocolar o pedido, uma declaração na qual a instituição comprove ter recursos necessários para manter a emissora.[17]

Enquanto Silva vê como possível captar apoio cultural nas empresas, Aureo Mafra de Moraes, superintendente da TV Cultura SC, defende que as emissoras educativas devem ser financiadas com verbas públicas do Governo Federal, estadual e municipal. Segundo ele, porque o comércio quer veicular serviço e preço, características proibidas num anúncio na Televisão Educativa:

> Não concordo que nós [TVs Educativas] disputemos a verba publicitária de varejo, os anunciantes da tevê aberta não são os mesmos anunciantes das tevês educativas. Por quê? O conteúdo e o público são diferentes. O anunciante de varejo quer serviço, aumentar a venda, e nós não podemos oferecer isso a ele. O que nos resta desse mercado são as verbas oficiais cuja finalidade é promover ações de cidadania. O Estado já faz, mas anuncia nas emissoras em que há maior audiência. (MORAES, 2008a).

O coordenador do Núcleo de Rádio e TV FURB, Roberto Bernhard Disse, argumenta ser inviável manter a emissora somente com recursos advindos da universidade, gerando de acordo com ele, momentos difíceis para a gestão da emissora: Passamos anos bem minguados [na gestão] do ex-reitor que não via importância na TV. A situação é muito cíclica [com a total dependência financeira da universidade]" (BERNHARD DISSE, 2008). Por outro lado, ele afirma ser complicado conseguir apoio cultural com o empresariado que não tem muito estímulo para investir nesse tipo de anúncio: " Quem apóia é porque gosta e não pelo retorno financeiro e audiência, é mais por amor a causa porque não é interessante [comercialmente]. A legislação inviabiliza, não deixa soluções" (Idem).

Já o representante da TV Panorama, do grupo Educacional Político, tem outra interpretação da mesma lei. Anuncia preço e faz *merchandising,* conforme explica o tesoureiro da Fundação Rodesindo Pavan, Carlos Alberto Moretão: "A lei inicial era mais fechada, hoje dá mais abertura podendo ter até dois apelos comerciais. A lei não permite usar [a emissora] para a autopromoção, já pode anunciar preço, mas limita com o comercial de cigarro e agrotóxico, e quer proibir bebida". Tanto é que no próprio site da emissora fica explícito a veiculação de publicidade, modalidade proibida nas emissoras educativas, conforme o *link* políticas comerciais: "Quando o mercado se faz presente, a TV Panorama, afiliada TV Cultura, alia seu produto ou marca ao prestígio, à credibilidade e ao respeito que

[17] "Devem indicar que o serviço de radiodifusão será executado sem finalidade comercial, além de declaração do representante legal de que a entidade dispõe de recursos financeiros para o empreendimento (MINISTÉRIO DAS COMUNICAÇÕES, 2008).

as emissoras da Fundação Padre Anchieta e suas afiliadas têm perante a opinião pública".[18] Ainda esclarece que para preservar a qualidades das emissoras e buscar melhorar a integração da publicidade à sua linha editorial foram adotados critérios de comercialização. Dessa forma, a emissora permite: 1) *Merchandising* de produtos dentro dos programas, mostrando a marca e/ou produto; 2)mensagens comerciais de produtos, apresentado degustação, sem alusões a preços, podendo mencionar promoção; 3) mensagens comerciais de produtos ou serviços, sem degustação ou experimentação e que exibam os preços, condições de pagamento, brindes e descontos e 4)anúncio de telefone, fax ou –mail do anunciante ou do atendimento ao consumidor.

O diretor superintende da TV Brasil Esperança, do grupo Educacional Religioso, José Carlos Francelino, aponta que não se pode anunciar preço e critica algumas emissoras que fazem, como por exemplo, a TV Panorama: "Na televisão do Pavan [refere-se a Leonel Pavan] eles fazem isso [anúncio de preços], mas lá eles têm o Pavan que foi senador e é vice-governador" (FRANCELINO, 2008). Embora critique a emissora da cidade vizinha por veicular publicidade, adota a mesma prática. No site da TV Brasil Esperança não consta informação sobre a política comercial, enquanto no site da rádio, que também é educativa anuncia: "oferece [a rádio] a oportunidade de divulgar seu ministério, ou sua Empresa de uma forma moderna, objetiva,barata, e atingindo o seu publico".[19]

Para facilitar o gerenciamento financeiro da emissora, o diretor geral da Rede Bela Aliança, do grupo classificado como Empresarial, Rubens Gonçalves defende uma mudança na legislação. Para isso, ele vem mantendo conversação com os parlamentares catarinenses para convencê-los do quanto a lei é inadequada, e explica sua atuação: "A gente está trabalhando com esses deputados [catarinenses] nem que seja para inserir um percentual menor de publicidade do que os 25% das [TVs] comerciais, que se coloque 15 ou 12%" de anúncios (GONÇALVES, 2008)[20]. O empresário aponta que é muito difícil manter a emissora por causa das restrições, por isso procuram cumprir o que a legislação determina, mas não à risca. Segundo ele:

> [Agimos] evidentemente não dentro da rigidez da lei, a gente faz *merchan* dos programas. [A emissora está localizada] aqui, região alemã e italiana,

[18] Disponível em: http://www.panorama.tv.br/novo/politicascomerciais.php. Embora a emissora veicule que seja afiliada da TV Cultura de SP no site da Anatel/redes ela consta como emissora independente ou sem vínculo.

[19] Disponível em: http://www.106fmgospel.com.br/index.php?page=comercial. No site ainda consta um link shop no qual é possível acessar e comprar produtos religiosos como DVD com mensagens do Bispo Francelino. Também divulgam a gravadora Brasil Music que por R$350 de entrada e mais quatro parcelas de R$190 grava CD e divulga durante três meses na rádio e na TV. Por esse valor, o cantor recebe 150 CDs.

[20] No capítulo 2, mostraremos que esse empresário já enviou sugestão à Câmara Federal (Grupo de Trabalho de Consolidação das Leis) para que as televisões educativas sejam autorizadas a veicular propaganda e obter lucro.

> rica. As pessoas têm vaidade, vontade aparecer, mostrar o que produzem e o que fazem. Fazemos vídeo pra um, *merchan* pra outro, audiovisual para trazer recursos pra sobreviver. Nossa família gosta de comunicação e faz para desenvolver a região. Fundação pública? Acho que o idealismo [refere-se as emissoras vinculadas às universidades] não dá pra pôr em prática, eu vou ter que batalhar muito pra conseguir recursos pra investir na emissora (idem).

Se as críticas são muitas sobre a veiculação de publicidade ou apoio cultural, elas são menores em relação à programação. A hipótese é que a legislação não é seguida e a fiscalização da Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) recai apenas sobre a parte técnica. No Decreto-lei 236 de 1967, no artigo 13, estabelecia que à Televisão Educativa cabia a divulgação de programas educacionais, mediante a transmissão de aulas, conferências, palestras e debates. Para Moraes, o período no qual foi criada a TV educativa pode justificar o motivo dessas restrições, porque se "considerado o contexto na qual ela foi editada [ditadura militar], fica claro que a intenção era eliminar a ameaça de ter canal de cultura e formação crítica, restringindo a programação e o financiamento para inviabilizá-las" (MORAES, 2008a).

Os concessionários catarinenses são unânimes em reconhecer essa exigência legal como ultrapassada. Percebe-se que o conceito de "educativo", antes visto estritamente como educação formal, hoje é entendido e veiculado em programas de entrevistas, debates, dicas sobre direitos do consumidor e de comportamento para o mercado de trabalho, portanto mais articulado a questão da cidadania. Merece destaque que desde as primeiras regulamentações da radiodifusão foram previstos programas educativos nas emissoras comerciais. Os parágrafos primeiro e segundo do artigo 16 do Decreto-lei 236 de 1967 determinaram que as televisões comerciais deveriam veicular cinco horas de programas educativos, entre 7 e 17 horas. Conforme Moraes, a programação prevista para as TVs educativas caiu em desuso porque prevê "coisas inimagináveis [transmissão de aulas e palestras]. As próprias emissoras comerciais não estão cumprindo a legislação, porque os programas educativos são exibidos de madrugada ou muito cedo". Moraes ainda defende que o maior problema não está na legislação, mas na fiscalização que acaba combatendo as TVs educativas:

> O grande problema é quando você tem emissoras públicas ameaçadas de cassação, eu já fui chamado três vezes [na Anatel]. A minha ninguém vê, o único cara que vê TV Cultura é da Anatel. Não consigo conquistar o público, mas o gerente local da Anatel avisa que o som esta estourando, que está interferindo numa rádio. A linha política do Ministério das Comunicações e Anatel é combater as inimigas das TVs comerciais [as TVs Educativas] (MORAES, 2008a).

A crítica feita por Moraes sobre a atuação do Ministério das Comunicações se atém ao fato do ministro Hélio Costa não participar de debates sobre televisão pública, seminários em que estiveram presentes o próprio Presidente da República, Luiz Inácio Lula da Silva, os ministros da Cultura, Educação, Casa Civil e o secretário nacional de Comunicação. A rejeição ao atual ministro das Comunicações ficou evidente nas falas de Francelino e Gonçalves, que o consideram como "aquele ministro da Rede Globo". No entanto, elogiaram Sérgio Motta, ministro das Comunicações do governo Fernando Henrique Cardoso, responsável pela mudança da lei que transformou as repetidoras do canal educativo em geradoras de programação local : "A lei era mais difícil, mas no governo FHC, o ministro Sérgio Motta deu uma chance para que os pequenos pudessem também ter emissoras de televisão" (FRANCELINO, 2008).

Conforme apontado nas falas dos entrevistados, o que gera maior controvérsia na legislação é a fonte de financiamento dessas emissoras, tema bastante complexo. Embora, atualmente, seja permitido veicular apoio cultural – essa modalidade restringe a publicização dos preços, tornando o veículo de comunicação pouco atraente para os anunciantes. Entre os gestores das emissoras ligadas às universidades, Aureo Moraes (TV Cultura SC) defende a fonte pública de recursos por meio do União, Estado e municípios; Ildo Silva (Unisul TV) sugere a captação de apoio cultural para auxiliar na manutenção que deve ter como principal recurso proveniente da universidade, enquanto Carlos Klock (FURB TV) vê como arriscada a dependência total dos recursos da universidade e com dificuldade a restrição imposta pelo apoio cultural. As emissoras dos grupos Religioso, Político e Empresarial criticam a restrição legal de não poderem veicular preços.

A discussão sobre o financiamento das emissoras do campo público é bastante complexa. Considerando que o mercado ao investir nessas emissoras pode influenciar na grade de programação, parte dos gestores das TVs educativas pensam que a melhor alternativa é o financiamento público. Porém, não há garantia de que o Estado também não tenha suas próprias lógicas que possam resultar na intervenção ou na redução da autonomia. Um exemplo da interferência do Estado em um canal público, que repercutiu nacionalmente, é o caso da TV Educativa do Paraná. Essa é uma emissora bem estruturada, financiada pelo governo estadual, portanto não tem problemas financeiros, mas isso não foi suficiente para garantir sua autonomia. Em 2007, a TV foi utilizada, segundo denúncia do Ministério Público

Federal, pelo governador daquele Estado, Roberto Requião, para atacar imprensa, adversários políticos e para autopromoção.[21]

Segundo a denúncia, o uso indevido da emissora era feito por Requião durante o programa "Escola de Governo" , reunião semanal transmitida ao vivo com anúncio de obras e projetos do governo estadual. Multado em R$50 mil e tendo que publicar uma nota de desagravo da Associação dos Juízes Federais do Brasil (Ajufe), a cada 15 minutos durante 24 horas, Requião retirou a emissora do ar e o símbolo da emissora desaparecia a cada veiculação da nota da Ajufe. "Ao final da leitura da nota do judiciário era apresentada a resposta de Requião. Na mensagem, o governador acusava a Ajufe de optar pelo corporativismo no lugar de defender a liberdade de expressão". [22]

O exemplo acima apresentado não tem a intenção de generalizar que tal acontecimento seja regra nas emissoras mantidas pelos governos estaduais, mas quer mostrar a tensão existente entre financiamento *versus* autonomia. Sobre a dificuldade de manter a independência Luis Felipe Miguel aponta:

> Se aderir ao governo, cairá na armadilha do proselitismo político, da chapa-branca, e se tornará ferramenta a serviço do poder - portanto, um desserviço à sociedade. De outro lado, se entregar à lógica publicitária, de olho no dinheiro que ela oferece, passará, na verdade, a depender do mercado - não apenas financeiramente, mas ideologicamente também (MIGUEL, 1997, p.197).

Na avaliação de Miguel (2007), são várias as alternativas para o financiamento das emissoras públicas, mas a publicidade comercial é a pior delas por colocar a disputa pela audiência a qualquer custo. Esse autor considera como inviável, no contexto brasileiro, a cobrança de taxas dos proprietários de aparelhos de rádio e televisão, como acontece na Inglaterra, para sustentar a BBC. No Brasil essa opção é antipática, por se imaginar que a televisão comercial é gratuita – embora se pague por meio dos produtos consumidos o valor investido pelas empresas em publicidade. O autor sugere como alternativa: "(...) fixar a receita das emissoras públicas como o percentual da arrecadação de algum imposto ou, então, cobrar uma taxa da verba publicitária da mídia comercial. O importante é gerar independência para a radiodifusão pública" (MIGUEL, 1997, p.197).

Pode-se considerar que criação de um fundo público, com recursos oriundos da publicidade ou de algum imposto, para financiar as emissoras seja a melhor opção para se

[21] "Ministério Público aciona Requião por uso irregular de TV estatal", divulgação da Folha online em 12/12/2007. Disponível em: http://www1.folha.uol.com.br/folha/brasil/ult96u354003.shtml.

[22] "Requião tira TV Educativa do ar e procuradora sai do cargo", divulgação da Folha online em 23/01/2008. Disponível online em: http://www1.folha.uol.com.br/folha/brasil/ult96u366057.shtml.Ainda em entrevista publicada na Folha de São Paulo e no Observatório da Imprensa, Requião afirmou que não pode ficar "ao sabor da opinião da mídia paga, da mídia subsidiada pelo capital". Disponível online em: http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=469ASP002.

conseguir autonomia. Outra alternativa é manter fonte diversificada de financiamento. Essa medida pode propiciar menor pressão vinda de um único anunciante e menos intervenção do poder estatal. Além disso, a dependência completa do Estado pode não garantir a manutenção da emissora, conforme lembrou o superintendente da TV Cultura SC, Aureo Mafra de Moraes, sobre a dificuldade de se conseguir recursos do Estado para investimento nas emissoras que têm menor audiência. A União, os estados e os municípios incorporaram a lógica do mercado e através de suas agências de publicidade optam por anunciar nas emissoras que têm maior audiência, fortalecendo os oligopólios existentes.

Marcos Dantas critica essa forma de atuação do Estado brasileiro, que hoje transfere R$ 1,3 bilhão de dinheiro público para o oligopólio da mídia. Ele entende que os recursos públicos destinados à publicidade e à propaganda deveriam ser utilizados em projetos que contribuíssem para a democratização da comunicação e não para o fortalecimento de grupos hegemônicos: "Com dinheiro melhora-se a qualidade dos veículos populares, na forma e no conteúdo. Atrai-se mais público. Leva-se informação divergente e formação crítica para um grande público que hoje permanece inatingível às notícias e idéias do movimento popular"[23].

Retornando ao caso específico das TVs educativas é necessário refletir se uma parte delas realmente tem interesse em manter a autonomia na gerência da emissora. O fato de serem concedidas sem licitação e das outorgas dependerem, em certa medida, do capital social do grupo requerente pode sugerir, desde a sua gênese, um certo comprometimento com determinados grupos políticos ou econômicos. E essa relação promíscua é facilitada pelo Estado que não estabelece critérios transparentes para o processo de distribuição dessas concessões. Mesmo que as outorgas sejam entregues, gratuitamente, às fundações não-governamentais e sem fins lucrativos, o Estado pouco exige dos concessionários e demonstra possuir uma maior preocupação com o poder econômico da fundação para manter a emissora do que em relação ao projeto que será desenvolvido. Em relação à programação, o Estado solicita apenas o cumprimento dos critérios educativos e culturais[24], mas não estabelece explicitamente como deve ser a programação, como por exemplo, quantidade de horas de noticiário local e nacional; de programas infantis e culturais. As fundações também não precisam apresentar durante o processo de concessão uma proposta da programação que pretendem exibir na Televisão Educativa.

4 Considerações

[23] Disponível online em: http://www.agenciacartamaior.com.br/templates/colunaMostrar.cfm?coluna_id=4104
[24]Conforme Portaria Interministerial n. 651, de 15 de abril de 1999. Disponível online em: http://www.abepec.com.br/tvpublica/legislacao.html

A utilização dessas emissoras para outras finalidades que não a educativa ocorre não exatamente pela ausência de regulação, mas pela falta de fiscalização do Estado. Esse controle pode ser considerado falho, principalmente, nos critérios adotados para a análise da documentação do requerente da outorga.

Uma das questões mais problemáticas é em relação ao financiamento, assunto bastante complexo e para o qual temos mais dúvidas do que certezas. O Ministério das Comunicações exige dos pretensos concessionários educativos a comprovação da capacidade financeira para gerir a emissora, medida que, ao nosso ver, pode afastar do processo organizações realmente comunitárias e estimular alianças de alguns grupos sociais que podem servir como "testa de ferro" para políticos. Ao analisarmos os exemplos apresentados de Santa Catarina, fica comprovado que essa medida não afasta os concessionários da veiculação de publicidade. Por outro lado, é bastante improvável que uma emissora microrregional, como são as TVs Educativas estudadas, consiga manter-se apenas com o apoio institucional. Essa categoria de publicidade é mais utilizada pelos órgão públicos, que geralmente possuem agências de publicidade e seguem a lógica do mercado, ou seja, acabam anunciando nos grandes veículos de comunicação e, dessa forma, contribuem ainda mais para o fortalecimento do oligopólio da televisão aberta.

5 Referências

DANTAS, M. *Para construir a mídia hegemônica*. Disponível online em: http://www.agenciacartamaior.com.br/templates/colunaMostrar.cfm?coluna_id=4104. Acesso em: janeiro de 2009

FRANCELINO, J.C.. *Entrevista concedida a Ivonete da Silva Lopes*. Itajaí/SC,17 jul.2007

GONÇALVES, R. *Entrevista concedida a Ivonete da Silva Lopes.* Rio do Sul/SC,22 jul.2008

KLOCK, C.. *Entrevista concedida a Ivonete da Silva Lopes.* Blumanau/SC, 5, ago.2008

MIGUEL, L.F. *Alternativas na pauta.* In: Mídia e Política públicas de comunicação. (Andi). Disponível online em: http://www.andi.org.br/_pdfs/midia_ppc.pdf. Acesso em: agosto de 2008

MORAES, A.M.. *Entrevista concedida a Ivonete da Silva Lopes.* Florianópolis/SC,14 jul.2008a

MORETÃO, C. A.. *Entrevista concedida a Ivonete da Silva Lopes*. Balneário Camboriú/SC,16 jul.2008

REDIVO, A. *Entrevista concedida a Ivonete da Silva Lopes*.

SILVA, I. S.. *Entrevista concedida a Ivonete da Silva Lopes.* Tubarão/SC,21 jul.2008