

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS  
CENTRO DE EDUCAÇÃO E CIÊNCIAS HUMANAS  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM IMAGEM E SOM - PPGIS**

**TIAGO NUNES SEVERINO**

**PROGRAMAÇÃO NA TELEVISÃO PÚBLICA: UMA ANÁLISE DA TV  
BRASIL**

**SÃO CARLOS - SP  
2015**

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS  
CENTRO DE EDUCAÇÃO E CIÊNCIAS HUMANAS  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM IMAGEM E SOM - PPGIS**

**TIAGO NUNES SEVERINO**

**PROGRAMAÇÃO NA TELEVISÃO PÚBLICA: UMA ANÁLISE DA TV  
BRASIL**

**Dissertação apresentada ao Programa  
de Pós-Graduação em Imagem e Som,  
como requisito para a obtenção do  
título de Mestre em Imagem e Som.  
Linha de pesquisa História e Políticas  
do Audiovisual.**

**Orientador: Prof. Dr. Samuel José  
Holanda de Paiva**

**SÃO CARLOS - SP  
2015**

Ficha catalográfica elaborada pelo DePT da Biblioteca Comunitária UFSCar  
Processamento Técnico  
com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

S498p Severino, Tiago Nunes  
Programação na televisão pública : uma análise da  
TV Brasil / Tiago Nunes Severino. -- São Carlos :  
UFSCar, 2015.  
179 p.

Dissertação (Mestrado) -- Universidade Federal de  
São Carlos, 2015.

1. Televisão. 2. Programação televisiva. 3.  
Televisão pública. 4. TV Brasil. I. Título.



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS

Centro de Educação e Ciências Humanas  
Programa de Pós-Graduação em Imagem e Som

---

**Folha de Aprovação**

---

Assinaturas dos membros da comissão examinadora que avaliou e aprovou a Defesa de Dissertação de Mestrado do candidato Tiago Nunes Severino, realizada em 03/09/2015:

---

Prof. Dr. Samuel Jose Holanda de Paiva  
UFSCar

---

Prof. Dr. Arthur Autran Franco de Sá Neto  
UFSCar

---

Profa. Dra. Rosana de Lima Soares  
USP

## AGRADECIMENTOS

Agradeço, em primeiro lugar, a Deus pela oportunidade que sempre me concedeu de estudar e trabalhar.

À minha família, os meus eternos agradecimentos, em especial, a minha mãe, Leonice, por seu carinho, paciência e vigilância. À minha esposa, Marcela, o meu muito obrigado pelo apoio constante. Ao meu irmão, Gustavo, agradeço pela ajuda em diversos momentos deste trabalho. Ao mais novo membro da família, meu filho, Francisco, só posso dizer o quanto ele tem me mostrado dia após dia o valor da simplicidade.

Agradeço também aos amigos de São Carlos pela receptividade que tive desde o primeiro momento. Encontrei no Programa de Pós-Graduação em Imagem e Som (PPGIS) um ambiente bastante estimulante, que me fez crescer como profissional e pessoa. Meu muito obrigado ao professor Samuel Paiva, meu orientador, que me guiou por esses dois anos de trabalho. Dos companheiros de turma do PPGIS, em especial a Joyce Cury, Sancler Ebert, Flávio Rocha, Daniel Maggi, Hellen Câmara e Evandro Vasconcelos, levarei sempre o sentimento de gratidão e amizade.

No campo profissional, agradeço ao Instituto Federal do Sul de Minas, em Passos, que me concedeu auxílio por meio do Programa Institucional de Qualificação, para custear uma parcela das despesas que tive no primeiro ano do mestrado. Agradeço também aos amigos e alunos do Instituto. Também meu agradecimento aos amigos da Empresa Brasil de Comunicação, em especial à ouvidora geral, Joseti Marques, que acreditou em meu trabalho e me lançou o desafio de ser ouvidor do Sistema Público de Rádios.

O meu sincero agradecimento a todos aqueles com quem estive até aqui nos diversos locais que passei: Pirapora, Montes Claros, Passos, São Carlos e Brasília.

## RESUMO

Esta pesquisa é uma análise da programação da TV Brasil. O canal pertencente à Empresa Brasil de Comunicação (EBC) entrou no ar em dezembro de 2007. Sua criação é resultado de um projeto transversal que reuniu Ministério da Cultura, das Comunicações, a Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República e entidades da sociedade civil. A configuração da TV Brasil contou com debates no Fórum Nacional de TVs Públicas e também no campo da política, Câmara dos Deputados e Senado Federal. A partir desses aspectos, o trabalho procura compreender de que modo um projeto político se reflete em uma grade de programação. O caminho metodológico passa pelo entendimento sobre o modo de formatação de uma grade de programação de televisão, conforme os apontamentos de Jost (2007), Mittel (2004) e Wolton (1996), e também pelos fatores que guiam a programação de um veículo público, a partir da observação de exemplos, como a BBC, da Inglaterra, e a TVN, do Chile.

A historicização do momento de criação da TV Brasil permite visualizar o seu projeto e as intencionalidades em torno dele nas diversas esferas que tramitou. Com isso, é possível observar a grade de programação com um olhar mais ampliado. Foi constatado que a estreia do canal em dezembro de 2007 aconteceu de maneira abrupta e teve a finalidade de dar um impulso para conversão em lei da medida provisória 398, que criou a EBC. Em termos de fluxo, a análise das grades mostra que a TV Brasil é uma emissora generalista, pratica o modelo da paleotelevisão e tem um perfil programático baseado, entre outros aspectos, na ideia de programas complementares do que é veiculado no sistema privado e voltados, principalmente, para as minorias sociais.

**Palavras-chave:** Programação Televisiva, Televisão Pública, TV Brasil.

## ABSTRACT

This research is an analysis of TV Brasil's schedule. The channel belongs to the Brazil Communications Company (EBC), which began to be broadcasted in December 2007. Its creation is the result of a project by the Ministry of Culture, Communications, the Department of Social Communication of the Presidency and civil society entities. TV Brasil's scheme counted on debates in the National Forum on Public TV and also in the political field, as the Brazilian Congress. From these aspects, the research seeks to understand how a political project is reflected in a program schedule. The methodological approach requires an understanding of a television program schedule's formatting mode, according to Jost (2007), Mittel (2004) and Wolton (1996), and also by factors that guide the scheduling of a public TV from observing examples, such as England's BBC, and Chile's TVN.

Historicizing the time of TV Brasil's creation allow us to view its project and intentions around its various spheres. With this is possible to observe the schedule with a wider look. It was found that the channel's debut in December 2007 happened abruptly and aimed to give a boost to the conversion into law of the Provisional Measure 398, which created the EBC. In terms of flow, the analysis of schedule shows that TV Brazil is a "geralista" TV station, which practice the "paleotelevisão" model and has a joint programmatic profile, among other aspects, the idea of complementary programs than is broadcasted in the private system and focused, mainly, for social minorities.

**Keywords:** Schedule TV, Public TV, TV Brasil.

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>6</b>
<b>1. PROGRAMAÇÃO TELEVISIVA .....</b>	<b>11</b>
1.1 Programação e organização da grade.....	11
1.2 Identidade do canal e identidade da programação .....	30
<b>2. TELEVISÃO PÚBLICA.....</b>	<b>38</b>
2.1 Programação em canais públicos .....	39
2.2 A questão do financiamento e da autonomia .....	55
<b>3. TV BRASIL .....</b>	<b>66</b>
3.1 Radiobrás: ascensão, decadência e reestruturação.....	67
3.2 EBC e a criação da TV Brasil .....	75
3.3 TV Brasil: modos de operação.....	100
<b>4. PROGRAMAÇÃO DA TV BRASIL.....</b>	<b>118</b>
4.1 Modelo implantado e suas transformações .....	118
4.2 Faixas de programação .....	146
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>155</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>162</b>
<b>APÊNDICE A – Divisão de gêneros por cores.....</b>	<b>170</b>
<b>APÊNDICE B - Grade de programação da TV Brasil em novembro de 2007.....</b>	<b>171</b>
<b>APÊNDICE C - Grade de programação da TV Brasil em dezembro de 2007 .....</b>	<b>172</b>
<b>APÊNDICE D - Grade de programação da TV Brasil em dezembro de 2008 .....</b>	<b>173</b>
<b>APÊNDICE E - Grade de programação da TV Brasil em dezembro de 2009 .....</b>	<b>174</b>
<b>APÊNDICE F - Grade de programação da TV Brasil em dezembro de 2010.....</b>	<b>175</b>
<b>APÊNDICE G - Grade de programação da TV Brasil em dezembro de 2011 .....</b>	<b>176</b>
<b>APÊNDICE H - Grade de programação da TV Brasil em dezembro de 2012 .....</b>	<b>177</b>
<b>APÊNDICE I - Grade de programação da TV Brasil em dezembro de 2013.....</b>	<b>178</b>
<b>APÊNDICE J - Grade de programação da TV Brasil em dezembro de 2014 .....</b>	<b>179</b>

## INTRODUÇÃO

Assistir televisão é, antes de tudo, um hábito construído. A oferta de programas pelos canais leva em consideração a disponibilidade e modo de ser da audiência. Os canais procuram antever a rotina dos telespectadores para organizar a distribuição dos programas. Segundo Jost (2007, p.49), a grade de programação permite à televisão se incorporar à rotina doméstica. Produção de conteúdo e a distribuição do material ao longo dos horários pelas emissoras partem dessa análise sobre as expectativas e forma de composição do público que está diante da tela.

No Brasil, o perfil programático das emissoras tem em vista atender a uma perspectiva econômica. O motivo é a ausência do poder público no campo da radiodifusão, que permitiu o estabelecimento de um paradigma. No país, a televisão nasceu e se desenvolveu sob a égide do pensamento comercial - diferente dos países europeus onde a TV foi, desde o início, capitaneada por organizações públicas. O modelo brasileiro foi inspirado no padrão americano.

O objetivo desta pesquisa é produzir um conhecimento sobre programação televisiva a partir do estudo de caso da TV Brasil. A emissora entrou no ar em dezembro de 2007, a partir de um projeto transversal que envolveu Ministério da Cultura, das Comunicações, Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República e entidades da sociedade civil. O desafio dela não é simples: ser a primeira emissora pública do país de caráter nacional. Até então, os chamados veículos públicos de radiodifusão eram limitados a canais regionais e estaduais que distribuía sua programação para outras regiões através do sinal via satélite.

O discurso oficial leva a crer que a TV Brasil cumpre o papel de levar conteúdo educativo e cultural, diferente do que é exibido regularmente nos canais comerciais. Por haver uma lei específica para legitimar suas ações, o proselitismo estaria distante da gestão e atuação da TV Brasil. Porém, a criação da EBC e da TV Brasil não foi um processo simples. Ela foi alvo de tensões entre favoráveis e opositores ao projeto e, depois, em uma disputa interna, entre aqueles que desejavam adotar determinados segmentos e modelos de trabalho.

A intenção aqui é entender como uma concepção política de comunicação se reflete em uma grade de programação de uma emissora pública de TV. A escolha dos programas, segundo Jost (2007, pp.51-53), define a identidade da emissora e o que ela representa para o público. Estudar a TV Brasil permite, portanto, compreender se o conceito de televisão pública no país com a emissora caminhou em direção ao interesse público ou no

estabelecimento de uma nova forma de partidarismo midiático ao privilegiar uma forma sectária de seleção e disposição de conteúdo.

Para cumprir sua premissa, o trabalho identifica os fatores que orientam a política de programação em um canal público de televisão; traça um painel do processo político de criação da TV Brasil; avalia como a grade de programação da TV Brasil foi configurada e o seu modo de organização com base em aspectos teóricos e legais.

As considerações feitas no primeiro capítulo são que a grade de programação é a ferramenta que todas as emissoras dispõem para estabelecer o laço social entre os telespectadores. De acordo com Wolton (1996, p.12), a característica do laço é reunir indivíduos e proporcionar a eles que, mesmos separados geograficamente, possam participar de uma atividade coletiva, o ato de assistir televisão.

A programação não é apenas um diagrama com horários. Ela é a ordenação dos programas, tendo em vista a sua concepção de gênero e formato, para atender demandas específicas do público. Essa relação, segundo Martin-Barbero (2009, p.293) permite a inserção da televisão em três espaços de mediação simbólica: a) cotidianidade familiar: ambiente doméstico onde a família acompanha os programas e discute sobre o que é exibido; b) temporalidade social: maneira como os programas são organizados em regime de fluxo para atender a expectativas da audiência; c) competência cultural: condição da TV fazer a ligação entre as diversas culturas, discursos e atores sociais. Mesmo as classes mais elevadas conseguem reconhecer na televisão sintagmas que atendem aos seus interesses, seja de curiosidade, de necessidade de obter informação ou entretenimento.

Ainda dentro das classificações estabelecidas por Martin-Barbero, a programação televisiva faz a mediação entre as lógicas do sistema produtivo e a lógica dos usos. Ou seja, é capaz de relacionar a criação de um produto televisivo (com um texto, cenário e forma de apresentação própria) com as necessidades do mercado (conversão do investimento em publicidade em lucro), do Estado (atendimento a uma legislação específica) e do público (satisfação e atendimento das expectativas).

No segundo capítulo, são discutidas as características básicas que compõem a programação de uma televisão pública. O termo, à primeira vista, parece ser redundante. No entanto, ao tratar sobre televisão pública a referência é para um grupo de canais que compartilham parâmetros diferentes aos veículos privados (DINES, 2003).

Com base em um levantamento da Unesco (2006), são apresentados os valores que devem guiar a programação da radiodifusão pública. São eles: universalidade, diversidade, independência e diferenciação. A dificuldade para implementar tais medidas na programação

é analisada a partir da maneira como o projeto de cada veículo lida com as questões de autonomia e o financiamento. Entre os exemplos apresentados, os principais são a BBC, da Inglaterra, a TVN, do Chile, e a CBC, do Canadá.

Apesar das diferenças entre os projetos de cada veículo, há algumas características em comum. A existência de um conselho curador composto por representantes da sociedade civil é um deles. Por meio desse órgão, as emissoras públicas garantem que o público seja representado e possa, dessa forma, participar da organização diretiva da gestão e da programação.

Nos canais públicos da América Latina, existem três matrizes de programação, elencadas por Fernandez (2002, pp.160-178). A primeira matriz é a educacional-formal. O que interessa nesse modelo, segundo o teórico, são as emissões didática, como videoaulas. A segunda matriz é da alta cultura e do debate acadêmico. Nela, os programas são quase todos concertos, espetáculos de danças e balé. Por fim, há a matriz da propaganda política. Trata-se da apropriação de câmeras e microfones para dar voz ao governo da vez.

Especificamente no caso brasileiro, o distanciamento entre a radiodifusão e o poder público permitiu a apropriação das empresas privadas do espectro televisivo. Durante anos, os poucos canais classificados como público eram originários de concessões educativas, como é o caso da TV Cultura, de São Paulo. A estrutura deficitária acarretada pela falta de recursos impediu o desenvolvimento do campo público da televisão no Brasil.

Baseada na ideia de Jost (2007) de que o projeto de cada canal guia as suas diretrizes de programação, o terceiro capítulo investiga o processo de criação da TV Brasil. A emissora pertence à Empresa Brasil de Comunicação (EBC), estatal do Poder Executivo federal, vinculada à Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República (Secom). A EBC substituiu a Radiobrás, por meio da lei 11.652 de 7 de Abril de 2008.

Além da TV Brasil, a EBC, ainda, é responsável por gerir a NBR, canal de TV que faz a cobertura dos atos presidenciais, e também de nove rádios, entre elas MEC FM e Rádio Nacional. Na lei que criou a EBC (BRASIL, 2008), ficou estipulado também como deve ser o modo de atuação dos veículos de comunicação mantidos sob a gestão da estatal. Está definido na legislação que os canais da EBC têm como princípio a complementaridade entre os serviços de radiodifusão público e privado. Assim, ela deve encontrar segmentos de conteúdo que não estejam sendo contemplados por outras emissoras, como Globo, Record e SBT.

A ideia de um projeto de televisão pública nacional começou ganhar forma em 2003. No Seminário Desafios da Televisão Pública, realizado pela TVE Rio de Janeiro, foi inaugurada uma série de discussões que iriam acontecer ao longo dos anos seguintes sobre a

construção de um canal capaz de oferecer uma programação com condições de dialogar com o cidadão, como apontou a então presidente da TVE, Beth Carmona (2003). Até a formação da EBC e da TV Brasil, foram necessários cerca de quatro anos e intensos debates na esfera política.

A ação do Ministério da Cultura, empreendida na época, é classificada como resultado do direcionamento dado pelos dirigentes da pasta Gilberto Gil e Juca Ferreira. Quando tomou posse em 2003, Gil indicou que o Ministério iria se pautar pelo exercício da antropologia aplicada. A intenção era colocar a população como potencial produtora e não apenas como receptora dos produtos culturais. Acompanhando esse pensamento, a Secretaria Nacional do Audiovisual (SAV), sob a gestão de Orlando Senna, afirmou a necessidade de o órgão ter dupla finalidade: artística e mercadológica.

A televisão pública foi colocada também como parte da agenda estratégica do Minc. Rocha (2013, p.91) conta que a SAV, em conjunto com a Secretaria de Políticas Culturais, do Ministério da Educação, e associações não-comerciais começaram a elaboração de diagnósticos e reflexões sobre a televisão pública no país. Os debates levaram à realização do I Fórum Nacional de Televisões Públicas.

Em 10 de outubro de 2007, foi editada a medida provisória 318 que substituiu a Radiobrás pela EBC. No dia 31, foram nomeados os membros do conselho fiscal e do conselho de administração da estatal. Em 7 de abril de 2008, a MP foi convertida na lei 11.652. A diretoria inicial tinha três dos seis membros oriundos do Ministério da Cultura: Orlando Senna, Mario Borgneth, que era assessor do Minc, e Leopoldo Nunes, ex-presidente da Ancine.

No entanto, o processo de criação e estruturação da EBC e TV Brasil não foram simples e não houve consenso em tudo. Em junho de 2008, Senna e Mário Borgneth se afastaram da TV Brasil. O motivo apontado por Senna seria a falta de participação da sociedade civil na emissora e a forte presença do Estado na gestão. Tudo isso é materializado pelo próprio organograma institucional da EBC, que se vincula à Secom, órgão responsável por fazer assessoria de comunicação para a Presidência. O que provocava, na visão de Senna, um engessamento administrativo.

No dispositivo legal de criação da TV Brasil, há uma lista de princípios que devem ser obedecidos, como a promoção da cultura nacional. A medida obriga a TV Brasil a ter uma visão do audiovisual fora do esquema de mercado em vigor no país, em que uma parcela considerável do que é exibido tem origem estrangeira e carrega consigo um grupo de valores daqueles países. A lei coloca como prerrogativa o estímulo à produção independente e

regional, como uma maneira de colocar em evidência imagens, assuntos e conteúdo que estão fora do eixo comumente contemplado pela maior parte dos grandes veículos de comunicação.

No quarto capítulo, o trabalho mostra como se organiza a programação da grade da TV Brasil de dezembro de 2007, quando a emissora entrou no ar. A análise do regime de fluxo do canal da EBC foi feita a partir dos seguintes parâmetros: relação com o projeto do canal, a proposta de um veículo público e a operação de uma grade de televisão. O mês de dezembro foi situado como base para averiguar as práticas da programação nos anos subsequentes. O método usado foi a partir da análise cromática da programação. Cifuentes (2002, pp. 142-143) sugere identificar cada gênero com uma cor e construir uma análise cromática da programação. Com essa ferramenta, “poderemos identificar o perfil monocromático da maioria dos canais da televisão a cabo (...) Enquanto isso, qualquer canal de televisão aberta é policromático, porque a sua programação é uma mistura de gêneros”. A cartografia vai contribuir no processo de busca da identidade da emissora. Isso porque, segundo Cifuentes, “o perfil de programas de cada canal estará definido conforme a predominância de um ou de outro tipo de gêneros” (Idem).

Uma das constatações é que a estreia da TV Brasil teve caráter político. Não havia na época uma diretriz de programação. A grade da época era uma adequação do que era praticado pela emissora antecessora, a TVE do Rio de Janeiro. Assim, a antiga emissora fluminense não forneceu apenas equipamentos para a TV Brasil, mas um modelo básico de grade. De certa forma, isso ratifica as críticas em torno do lançamento do canal. Não havia em dezembro de 2007 uma política de programação concreta. Segundo a diretoria da EBC, apenas em 2009 houve a implementação efetiva da grade (CASTRO, 2014).

A análise da programação da TV Brasil mostra também que ela pratica a paleotelevisão que, segundo Odin (2009), é a organização dos programas em blocos temáticos. O oposto desse modelo é a neotelevisão em que os limites entre os programas tendem a ser borrados e a diferença entre cada sintagma se torna menos perceptível. A emissora pública é generalista. Ou seja, procura ter programas para todos os públicos, mesmo que haja horários com emissões para públicos delimitados.

Este trabalho segue o pensamento de Omar Rincon (2002) que diz que discutir a televisão pública é uma maneira de retirá-la da marginalidade. Segundo o teórico, muito se fala da política de radiodifusão e comunicação na América Latina, mas poucas são as iniciativas que procuram analisar a programação desses canais.

## 1. PROGRAMAÇÃO TELEVISIVA

Este capítulo faz uma análise sobre como se constitui a ideia de uma política de programação na televisão. A primeira seção do texto tem como referências principais os apontamentos de Wolton (1996), Martin-Barbero (2009) e Jost (2004; 2007) para definir o conceito de programação como uma ferramenta que faz a seleção e disposição dos gêneros televisivos para, a partir deles, permitir a constituição do laço social que une os telespectadores.

Ainda segundo os autores, incorporada ao ambiente doméstico, a televisão se vale das possibilidades da programação e sua organização em uma grade de horários para cumprir o desafio de capturar a atenção do público e, ao mesmo tempo, ser um dispositivo para marcar a temporalidade do cotidiano.

No entanto, a plena definição da composição da grade não observa apenas a audiência. A identidade do canal e como ela é constituída oferecem, segundo Mittel (2004), um quadro limite de atuação. Caso contrário, ocorre um descompasso entre o que é visto na tela e o discurso da emissora.

Essa questão da identidade é importante para a televisão pública por esta ser moldada com base em um projeto de televisão que vai além do interesse de alcançar o lucro, como no caso dos veículos privados.

### 1.1 Programação e organização da grade

A criança que liga a televisão nas primeiras horas da manhã espera encontrar um desenho animado que lhe agrade. A dona de casa tem ao final do dia de trabalho a chance de se divertir com uma novela. No período da noite, a família vê nos telejornais um resumo dos fatos do dia. Considerada como um eletrodoméstico por órgãos de pesquisa, como o IBGE<sup>1</sup>, a televisão ocupa uma posição muito mais relevante nas residências de cada pessoa e na sociedade. Em *Elogio do Grande Público*, Dominique Wolton diz que a televisão é formadora de um laço social que surge no ato de assistir e que constitui o caráter básico do meio que é

---

<sup>1</sup> Censo 2010 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística buscou identificar o índice de domicílios brasileiros que possuem bens duráveis, como eletrodomésticos. A pesquisa verificou o percentual da população que tem geladeira, freezer, máquina de lavar, rádio e televisão. Nesse último item, em 1999, o número era de 88,23%. Já no levantamento mais recente, o indicador cresceu para 96,88%. A avaliação sobre acesso aos meios de comunicação, como rádio e televisão, faz parte da seção do Censo denominada Famílias e Domicílios. O item analisa o padrão de vida da população a partir do acesso a serviços públicos urbanos (abastecimento de água e esgotamento sanitário, por exemplo), forma de ocupação do domicílio (próprio, alugado ou cedido) e acesso a eletrodomésticos e eletroeletrônicos.

“reunir indivíduos e públicos que tudo tende a separar e oferecer-lhes a possibilidade de participar individualmente de uma atividade coletiva. É a aliança bem particular entre o indivíduo e a comunidade” (1996, p.15).

Em uma análise superficial, talvez, a existência desse laço social seria justificada pelos números de aparelhos de televisores distribuídos em cada residência. Porém, o alcance da televisão não é mensurado apenas em uma dimensão territorial, mas também na maneira como permite ao telespectador ter acesso a um quadro limite de interpretação, em especial dos fatos, acontecimentos e modos de vida. É o que Wolton classifica como a força da televisão. O sucesso e a capacidade de sedução dela, conforme o teórico francês, são explicados por fatores como o contexto da emissão e recepção e a organização da programação em uma grade de horários.

A grade de programação objetivamente é a distribuição dos programas em um quadro de horários. A sua presença para o telespectador é visível no instante que a emissora informa o próximo programa que vai ao ar, nos cadernos de TV dos jornais impressos que publicam as grades dos principais canais ou no guia de programação da TV por assinatura, acessado pelo controle remoto.

No entanto, a programação televisiva é mais do que um dígrama com horários e nomes de telejornais, filmes e programas de entretenimento. Para Wolton, a programação é a ferramenta que desenvolve o laço social que une os telespectadores. Por sua vez, Jost (2007, p.51) afirma que programação é o que constitui a identidade das emissoras e que permite a cada veículo sua organização, definição de conteúdo, perfil do público e esquemas de produção. Já Roger Odin (2012, p.14) assinala que a programação determina o fluxo televisual e o posicionamento do espectador diante dele. O texto acompanha as observações de Machado (2000, p.28), em que ele explica que o termo “fluxo televisual” foi criado por Raymond Williams para assinalar que a análise de um programa não é uma unidade fechada e acabada. O termo também expressa o modo de alternância e sucessão de emissões ao longo da programação.

A tarefa da primeira seção deste capítulo é mostrar justamente o conceito de programação e como ela é organizada. A característica fundamental da programação televisiva é ser capaz de se incorporar à rotina de uma casa, ao ambiente doméstico (JOST, 2007, pp.49-50). A televisão tenta compreender o público, antever suas ações e oferecer programas que se enquadrem nas atividades habituais que ele realiza. Portanto, produção de conteúdo e a distribuição do material ao longo dos horários pelas emissoras partem dessa análise sobre as expectativas e modo de ser da audiência.

No entanto, a compreensão da maneira como se configura o público não é simples. As pesquisas no campo da comunicação de massa, nas décadas de 1920 a 1940, colocavam o receptor como um sujeito passivo e estático. A Teoria da Agulha Hipodérmica, por exemplo, classificava os meios como onipotentes e os indivíduos como seres vulneráveis. O público dos meios de massa era tomado a partir de uma visão homogeneizante (ARAÚJO, 2001).

Várias décadas e uma série de pesquisas separam essas primeiras análises do universo da comunicação da atualidade. Em relação ao público, Wolton afirma que o telespectador sabe fazer a leitura do que vai ao ar na televisão. O crivo da recepção se manifesta da conversa dentro do lotação até na mesa de jantar. Outro sinal de que o público não é estático é a quantidade de queixas que as emissoras recebem dos próprios telespectadores quando eles se sentem prejudicados por algo que é veiculado. E há também empresas que mantêm espaços para ouvidorias e os observatórios de análise da academia que indicam que há uma interpretação crítica dos meios de massa.

O modo de olhar o público deixou de ser homogeneizante. Wolton diz que o público é algo múltiplo, marcado pela diversidade, o que torna difícil de ser mapeado com precisão. Para ele, sondagens e índices de audiência tornam conhecidas algumas aspirações ou comportamentos, com base no estabelecimento de cifras. Elas dão uma imagem um pouco mais ordenada do turbilhão social. Mas, por mais que haja instrumentos de medição, a compreensão em sua totalidade não é alcançada.

De acordo com Wolton, apesar do aprimoramento das técnicas de pesquisa, o público continua a ser uma grande questão intacta. Os dados de coleta permitem saber o volume de audiência quase instantaneamente. Mas o raio de ação dos instrumentos de mensuração é limitado. “Até o presente momento, nenhum produtor, nenhum programador pode antecipar o volume, a composição, a qualidade e o comportamento do público” (1996, p.47). Uma alternativa encontrada pelo mercado para tentar maximizar ganhos com uma interpretação mais efetiva do público foi com o estabelecimento de canais fragmentados<sup>2</sup>.

Os canais fragmentados, conforme Briggs e Burke (2006), multiplicaram-se a partir da década de 1980 com a oferta da TV a cabo. As primeiras experiências foram com canais de filmes, notícias e esportes. Eles surgiram com mais força inicialmente nos Estados Unidos, tendo como expoentes a CNN, que transmite notícias, e a ESPN, na cobertura de esportes.

---

<sup>2</sup> Fragmentado é o termo utilizado por Dominique Wolton (1996) para se referir aos canais que são destinados a um público específico, como o Sportv, para fãs do esporte, ou Cartoon Network, para adeptos desse gênero. Seria uma nomenclatura semelhante a segmentado. Em oposição a esse modelo, Wolton fala dos canais generalistas para tratar daqueles que ofertam conteúdo para o grande público, sem segmentá-lo por um tema que vai se repetir em todos os programas ou no estabelecimento de um único gênero de exibição. No caso brasileiro, são emissoras que se enquadram neste modelo a Globo, SBT e Record, entre outros.

A televisão fragmentada pode ser paga, como no caso da TV a cabo, ou gratuita, como os canais culturais e educativos. O formato fragmentado é feito para um público específico em que a programação pode oferecer um número limitado de gêneros e métodos de abordagem. A lógica dos canais fragmentados é da liberdade individual, do público participativo e ativo que seleciona o que deseja ver (WOLTON, 1996).

A relação entre canais fragmentados e geralistas é importante para entender o princípio da programação televisiva. Para Wolton, o conceito de programação remete à ideia que constitui a natureza dos canais geralistas, ou seja, aqueles canais que se destinam a um público de alta demanda, complexo em função da sua diversidade e que para alcançá-lo é necessário utilizar diversos gêneros, que vão se alternar ao longo do fluxo. A programação seria, nesse sentido, a ordenação dos programas, tendo em vista a sua concepção de gênero e formato, para atender demandas específicas do público.

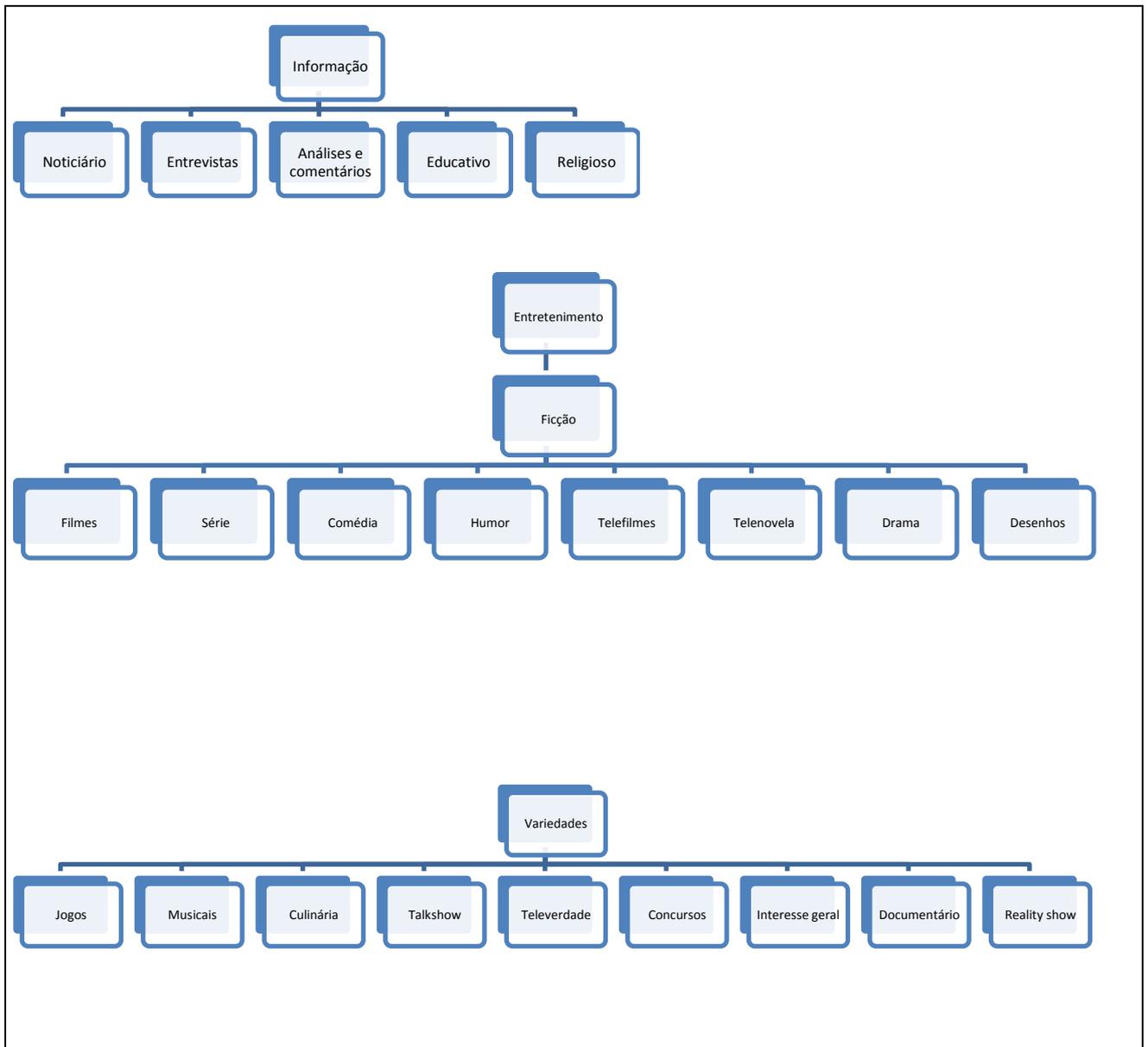
O gênero é a unidade mínima do conteúdo, segundo Martin-Barbero (2009). Se um produtor televisivo for interrogado sobre características de um programa específico, talvez, as primeiras informações que irá descrever compoñham invariavelmente o gênero no qual o produto está vinculado. Para o telespectador, o gênero se traduz de forma mais evidente quando ao acessar o guia de programação da TV a cabo, por exemplo, encontra a sinopse do que vai assistir e um indicativo do regime genérico que está circunscrito (comédia, *talk show*, *reality show*, entrevista, jornal e outros).

O gênero oferece o componente básico para os sistemas de produção, como afirma Jost (2007). O teórico explica que o formato, por sua vez, corresponde às especificidades que surgem no interior de cada produto. Ele cita o *reality show* como exemplo. Esse gênero tem um conceito que perpassa todos os programas: a observação da vida dos participantes. Assim, os programas podem ter participantes anônimos, que sejam celebridades, que tenham um objetivo (não ser eliminado, emagrecer, ser o melhor cantor), que exerçam uma profissão (ser motorista, cozinheiro, tatuador) ou que desempenhem uma atividade (sobreviver, realizar ações do cotidiano).

De acordo com Nora Mazziotti (2002), a adequação precisa dos gêneros é a ferramenta base para o desenvolvimento dos produtos televisivos e, por consequência, para organização da grade. Segundo a autora, os gêneros existem dentro de uma matriz cultural que comporta os gêneros discursivos, epistolares, literários, musicais, dramáticos, radiofônicos, cinematográficos e outros. Normalmente, eles são entendidos como categorias rígidas, uma classificação atribuída a um grupo de produtos. Nessa visão estreita, mapear os gêneros seria

agrupar os programas, a partir de características textuais que aparentam compartilhar. Mazziotti aponta os seguintes gêneros como constitutivos do espaço televisivo.

Figura 1. Gêneros televisivos



Fonte: MAZZIOTTI, 2002, p.211

Na verdade, o estudo dos gêneros é mais do que dizer arbitrariamente aquele é um *talkshow*, o outro é um programa de entrevistas e este é um musical. A tabela não perde sua validade, porém, a relevância de compreender o programa como parte de um gênero não é só para estabelecer uma classificação.

A interpretação feita por especialistas do cinema sobre o papel que os gêneros desempenham naquela mídia contribui para o real entendimento de sua função na TV. Ao analisar a questão do gênero cinematográfico, Freire afirma que é preciso superar a visão de “arquetipos culturais estáveis e invariáveis” (2011, p.26). Assim, um filme é um *western*, por diversos aspectos que envolvem não só a produção, mas também a sua inserção em uma indústria, a adoção de um texto com um tipo de narrativa específica e a leitura do público.

Ainda no âmbito do cinema, Berry-Flint (1999) indica que é possível enxergar os gêneros a partir de elementos originados da audiência, indústria e texto. Para a audiência, a identificação do filme com base em determinados elementos ajuda o público a definir sua escolha e gera uma expectativa sobre o que ele deve encontrar na obra audiovisual. A indústria, por sua vez, se apropria do gênero para desenvolver estratégias de marketing e orientar as características que o filme deve possuir, desde a produção. Já o texto recebe um grupo de influências, de outros textos e da própria indústria, para a criação de uma história conforme um grupo de convenções anteriormente acordadas.

Compreender o gênero, portanto, deve vir a partir da consideração de que ele é composto por múltiplos significados. Ele possui as estruturas “que definem cada um dos textos; as decisões de programação são, antes de tudo, de critérios de gênero; a interpretação dos filmes depende diretamente das expectativas do público a respeito do gênero” (ALTMAN, 2000, p.38). Por tudo isso, ele permite observar o esquema básico do processo que vai da produção à recepção. A ideia do componente classificatório perde força, já que sua existência perpassa o texto, as práticas da indústria e os modos de leitura da audiência.

No campo televisivo, Mazziotti, apesar de listar uma classificação para os gêneros televisivos, também acompanha a visão de que os gêneros podem ser entendidos como um conjunto de convenções compartilhadas entre o texto, a indústria e a audiência. Segundo ela, o gênero “constitui uma prática cultural, um conjunto de características, que se modifica em cada novo exemplo que é produzido. São definidos como sistemas de orientações, expectativas e convenções que circulam entre a indústria, os sujeitos espectadores e o texto” (2002, p.205).

Seguindo ainda o pensamento de Mazziotti, para a programação, a importância do gênero está na sua função cultural. Esta é dada sob a condição do gênero conceder ao público a gama de prazeres que espera. Um capítulo de uma novela, por exemplo, deve gerar excitação e interesse. De acordo com a autora, isso acontece porque o gênero cria uma relação de cumplicidade com a audiência, que se torna capaz de reconhecer o perfil de um produto desde os créditos iniciais até a narrativa. Mazziotti analisa que essa é a propriedade de ligação

com a memória. Segundo ela, a lembrança põe em contato com a própria identidade, o prazer, a rejeição, as características de valor.

Tudo isso revela que a existência dos gêneros é mais do que o agrupamento de programas em uma tabela. Com os gêneros, o canal define um método de trabalho. O produtor se serve das convenções compartilhadas entre os programas de um mesmo gênero para criar algo que promete ser novo, surpreendente, mas que existe dentro de uma estrutura anterior. O departamento de publicidade desenvolve estratégias de divulgação que visam reforçar a imagem da própria emissora e do gênero em si. Já o programador encontra dentro dos gêneros componentes que permitem compreender a qual tipo de audiência e como o programa originado de determinado gênero se enquadra diante de uma proposta de identidade do canal.

Na verdade, ao estabelecer aquela lista, Mazziotti reconhece que ela não é suficiente para dar conta da riqueza e variedade genérica. Também comenta sobre a dificuldade de estabelecer denominações e como efetivamente compreendê-las. Assim, qual seria a diferença de uma telerrealidade e um *reality show*? O que seria um programa de interesse geral? Junta-se a essas questões a dificuldade de localizar determinados tipos de programas em segmentos específicos. Na proposição dela, o documentário é considerado como programa de variedade, fora do eixo informação. O que parece indicar certa incongruência, se for considerado o caráter informativo que este tipo de material oferece e a proximidade com o modelo de produção jornalística.

Uma compreensão sobre os gêneros que tende a ir além dos agrupamentos hierárquicos é a de François Jost nas obras *Compreender a televisão* (2007) e *Seis lições sobre televisão* (2004). Para o pesquisador, com os gêneros as emissoras querem propor etiquetas, que vão satisfazer uma necessidade do espírito humano de tornar conhecido o desconhecido. Para o estabelecimento do vínculo entre programa e gênero seria necessário saber “*a priori* que gênero é esse. É preciso, também, saber em que medida existe uma correspondência entre a etiqueta e seu conteúdo, o programa, levando-se em consideração, que muitas vezes, as etiquetas estão muito distintas do que realmente são” (2004, p.17). No entanto, a dificuldade de lidar com as nomenclaturas e o que elas podem representar é um desafio que transforma o campo dos gêneros em algo movediço.

Jason Mittel em *Genre and Television* (2004) afirma que o gênero opera inicialmente a partir de seu nome, que oferece um enquadramento cultural e uma categoria de texto. Para exemplificar, ele fala sobre a história do *quizz show*. Originário do rádio, esse tipo de programa é importante por estar presente na televisão dos Estados Unidos desde os primeiros

anos e ter obtido grande popularidade. O nome mantém a tradição dos programas veiculados no rádio e corresponde também à maneira como a imprensa se referia a eles.

A lógica fundamental do *quizz show* é um concurso de resposta, sendo considerada uma competição honesta em que o participante busca um grande prêmio em dinheiro ou em mercadorias. No entanto, a análise histórica cultural dos gêneros não é estática. Na verdade, esse conceito de *quizz show* funciona como uma linha base do gênero. Nada impede, porém, as mudanças na forma dele. Assim a história do gênero apresenta programas de perguntas e respostas tradicionais com o apresentador e o participante com questões amplamente de fundo intelectual. Há também aqueles com participação do público, sobre música, com tom de comédia, de paródia, para crianças, com temas específicos. Mittel explica que esses modelos são os subgêneros que emergiram a partir de uma necessidade própria das emissoras de saírem da lógica dos programas com questões intelectuais. Trata-se de uma expansão no interior do próprio gênero a partir do universo que está circunscrito por um nome.

Jost (2007, p.70) também trata da questão do nome do gênero. Ele diz que os gêneros contêm duas promessas. A primeira é uma promessa ontológica. Ela advém do nome e o que ele indica. A comédia é uma promessa de riso; a reportagem ao vivo, de autenticidade, de algo ligado ao real. O nome é o componente inicial de configuração do que o gênero se propõe a ser. Se a emissora quer, portanto, colocar no ar um programa que ofereça entretenimento e faça o telespectador sorrir, a escolha será algo próximo da comédia. Já se o interesse é por algo capaz de enfatizar valores como credibilidade, a opção será um telejornal. A outra promessa é a pragmática. Ela trata de influenciar a crença dos telespectadores em direção a promover o produto, a partir do complexo de textos (paratextos, epitextos e peritextos) que vão fazer referência ao gênero.

A maneira como isso pode acontecer vem de fatores como a escolha do horário adequado para o qual o público se destina e a utilização de elementos gráficos, chamadas e vinhetas que reforçam a identidade visual do canal, do programa e do próprio gênero.

As promessas se fundam em três proposições:

- (1) O gênero é uma moeda de troca que regula a circulação dos textos ou dos programas audiovisuais no mundo midiático;
- (2) O texto ou programa é um objeto semiótico complexo (...)
- (3) Disso resulta que o gênero é uma construção por exemplificação de algumas amostras de propriedades que o texto possui entre outras. Uma novela pode ser percebida tanto como ficção, como também uma peça que trata dos documentos da tela, um documento sobre a realidade. No contexto televisual, a emissora é a instância, se assim se pode chamar, de onomaturgia, que decide ou propõe – a nuance tem importância – a *générécité* do produto. Enquanto ato promissivo esse

quase batismo (trata-se de batizar cada programa) tem o estatuto de ato unilateral (JOST, 2004, pp.27-28).

Como apontado no último item, a promessa parece à primeira vista unilateral, da mesma forma que o princípio do contrato. Há, porém, uma diferença. A promessa permite ao receptor o direito correlativo de exigir; o contrato impõe a lei do enunciador (JOST, 2007, p.72). As propriedades do ato promissivo, segundo Jost, mostram que o telespectador não é forçado a aceitar as proposições de sentido da emissora. O público pode confrontá-las com o produto acabado e por seu modo de interpretação. É a maneira de enxergar a emissão sem as viseiras impostas pela lógica contratual determinada pela emissora. No caso da ficção, a promessa indica que o espectador pode olhar para o mundo criado pelo narrador e atribuir um valor diferente a ele, que não seja propriamente uma ficção. O mais importante é o modo de leitura empreendido pelo público (ODIN, 2012).

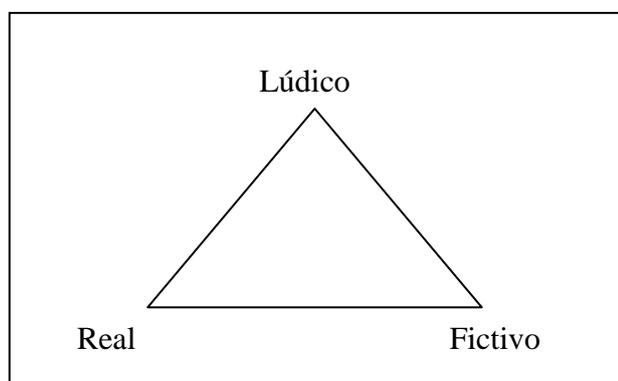
Jost fala, então, sobre o engajamento do telespectador a partir do estabelecimento da promessa. Assim, o programa é algo além do texto, além do próprio produto televisual. O programa existe como parte de sistema de divulgação, que envolve anúncios, chamadas; e também como uma unidade que tem a construção simbólica instalada fora do próprio meio que existe. O engajamento do telespectador, nesse sentido, garante a circulação da obra em outros espaços, como a internet. A análise dos gêneros e de um programa propriamente tem que seguir então o seguinte caminho:

(...) analisar um programa televisual implica examinar todos os elementos que participam de sua comunicação: revistas editadas pelas emissoras para informar os profissionais, dossiês de imprensa, entrevistas com os idealizadores ou autores, título da emissão, anúncios publicitários, etc. O conjunto dessas fontes contribui para formular a promessa feita ao telespectador, promessa essa cujo cumprimento será necessário conferir no espaço representado pelo próprio programa e com um público mais ou menos crédulo (JOST, 2004, p.30)

A contribuição de Jost é importante porque ele mostra que as emissoras, os programadores, os mediadores, como os telespectadores, comunicam-se porque eles se situam em um terreno comum. Cada um cumpre uma função diante da promessa. A emissora estabelece a promessa, o programador desenvolve estratégias para sua difusão e o telespectador vai decidir se crê ou não nela. Todos habitam o que Jost chama de os mundos da televisão e por onde os gêneros circulam e ganham sentido. “Mas esse sentido, longe de ser estável, varia no curso das migrações que conhecem os gêneros, da concepção dos programas até sua recepção” (2004, p.31).

Os mundos da televisão onde os gêneros se situam são três: a) Real: entendido pela ideia de materialidade do factível. O telejornal e o documentário seriam exemplos. Mesmo que possa haver dúvidas sobre sua autenticidade, ele tem um sentido de realidade latente; b) fictivo: deriva da invenção e da presença de autores - nesse caso, enquadram-se a novela, o seriado; c) lúdico: situa-se entre o ficcional e o real. Para Jost, trata-se de considerar um objeto que se joga “com a linguagem (enunciação), de jogar com o jogo ou de fazer arte pela arte” (2007, p.65). São os programas de perguntas e respostas, musicais, de variedade e *reality shows*.

Figura 2. Mundos da televisão



Fonte: JOST, 2007, p.65

Os mundos propostos por Jost identificam os gêneros como dispositivos flexíveis, elásticos suficientes para comportar diversos formatos. Ele considera a possibilidade de migração, hibridismo e variações dos produtos audiovisuais. Situações que podem ocorrer por uma mudança de leitura e entendimento do público, uma decisão da programação ou uma alteração na forma de produção.

Pelas necessidades da comunicação, um mesmo programa pode migrar de um gênero para outro. Se semelhante estratégia de mobilidade é possível, é certo que o produto audiovisual é, de fato, o resultante intermediário e provisório de dispositivos de múltiplos gêneros, de sorte que cada programa é uma espécie de mistura instável de tudo o que o antecipou (JOST, 2004, p.66).

O artigo *A performance como referente nos gêneros televisuais*, de Alexandre Kieling, oferece uma boa visão dos apontamentos de Jost sobre a promessa, os mundos televisivos e a dinâmica dos gêneros. O texto mostra como se dá a configuração do *Fantástico* a partir de tais pressupostos. O programa da Rede Globo é considerado como uma revista eletrônica, o *show*

*da vida* das noites de domingo. Conforme o pesquisador, o conceito editorial sinaliza para a mistura entre jornalismo e entretenimento. Ele questiona “como então classificar um programa que apresenta conteúdos jornalísticos, seriados de costume e de humor, videoclipes, jogos?<sup>3</sup>” (KIELING, 2011, p.2).

O programa apresenta reportagens investigativas, produzidas em especial pelo jornalista Eduardo Faustini, e também entrevistas com celebridades, matérias de comportamento, e tem um espaço de interação dedicado ao público, por meio de enquetes e convites à participação com o envio de vídeos e mensagens. Kieling explica que o *Fantástico* tem referentes do mundo real por ser um programa jornalístico, movimenta-se para o mundo da ficção e para o lúdico ao promover ações de contato com o público.

Dessa maneira, poder-se-ia sugerir que a revista eletrônica, no caso muito particular do “Fantástico” (um permanente camaleão na luta por audiência), situar-se-ia no meio do triângulo de Jost. Seus movimentos da direção do real (jornalístico), ficcional (esquetes de sitcom) e, mesmo, lúdico (participação) estariam abrigados na promessa de informação e entretenimento e livremente sujeitos à adesão e à demanda dos telespectadores. A irregularidade desses movimentos, não apenas no exemplo do “Fantástico”, nos leva a acreditar em outra ordem de referente que seja transversal aos demais e com livre movimento, uma natureza que não perderia seus referentes de origem, no caso do real de um programa informativo, mas sem as amarras canônicas do telejornal. Trata-se do performático (KIELING, 2011, p.9).

Em termos práticos, a configuração do *Fantástico* faz com que ele desenvolva permanentes atualizações da promessa e de engajamento do público. Kieling diz que o programa possui uma capacidade de ousar, recuar e propor novamente experiências ao telespectador, se deslocando de um ponto a outro da pirâmide, sem outro modelo equivalente na televisão brasileira. Qualquer enquadramento rígido seria um erro, por não considerar como ele efetivamente é, ou poderia significar o fim da capacidade do programa percorrer os vários pontos da pirâmide.

Importante ressaltar que, enquanto a lista de gêneros de Mazziotti se fecha dentro da sua proposta, as considerações de Jost são mais amplas por reconhecer a expansão dos gêneros, sua transformação e capacidade de deslocamento. Nesse modo de olhar, a grade de programação tem sua dimensão arbitrária por impor limite de tempo às emissões e horários de exibição, porém, ela ganha um sentido mais elástico por poder comportar gêneros

<sup>3</sup> A interseção entre informação e entretenimento é conhecida por *infotainment*. No texto *O infotainment e a cultura televisiva*, Itania Maria Mota Gomes diz que o termo é um neologismo que tem pelo menos duas décadas de existência. Na área de engenharia da computação e automobilística, ele se refere a uma gama de aplicações digitais em tempo real, que permitem aos motoristas e passageiros acessarem serviços de informação e entretenimento. Para a autora, nas ciências sociais, o termo se tornou muleta para críticas apressadas sobre a invasão do entretenimento em áreas como a política e o jornalismo.

tradicionais, como a telenovela e o telejornalismo, e oferecer espaço para diferentes regimes simbólicos como o *reality show*, *infotainment* e *docuficção*. Ela é uma amálgama de formas narrativas, discursos, práticas industriais e de produção que tem como vista oferecer uma leitura ao receptor.

Essa premissa sobre a qual o gênero existe – texto, indústria e audiência – faz com que ele seja um elemento determinante do sistema de mediações dos meios, como aponta Martin-Barbero (2009, p.303). Ele situa os gêneros entre a lógica do sistema produtivo e as lógicas dos usos. A primeira lógica é caracterizada pelos níveis e fases de decisão que envolve como o gênero se transforma e é produzido. Ou seja, as rotinas de produção, expectativa de rentabilidade financeira, tempo de produção e as estratégias de comercialização que vão ditar a maneira como o produto vai ser vendido a partir das marcas na estrutura do formato. Já as lógicas de uso tentam enxergar o estudo da recepção além da questão dos efeitos e a leva a observar os conflitos articulados pela cultura, modo de apropriação, *habitus* de classe, como a incorporação da TV ao ambiente e a memória.

Dessa forma, uma vez que a programação pressupõe meios para o estabelecimento de um vínculo entre o público e a emissora, o estudo dos gêneros se debruçaria sobre a grade para entender o papel que cada programa desempenha em determinado horário, como ele se articula com aqueles que o antecede e os posteriores também, o retorno que ele dá para a emissora, o motivo da escolha de determinados padrões de produção e sua relação com o cenário social. Ou seja, sua função não é apenas indicativo funcional, sobre como cada programa pode ser classificado.

Como parte de um sistema de mediação, Martin-Barbero também defende que os gêneros representam estratégias de comunicabilidade que permitem a inserção da televisão em três espaços de produção simbólica que servem para observar como se estabelece os sentidos da programação.

O primeiro lugar que a televisão ocupa é o da “cotidianidade familiar”. Uma concepção moralista colocou a televisão como corruptora desse ambiente. Martin-Barbero lembra também que a leitura marxista diz que dinâmicas como a religião, o acesso à televisão e o lazer representam escapismo e alienação. No entanto, o pesquisador afirma que é no ambiente familiar que se estabelece as primeiras formas de leitura, interpretação e ação social. O espaço doméstico é o lugar original de trocas, reconhecimento e conflitos simbólicos, o que mostra sua importância além de uma questão econômica. Com presença nesse ambiente, a televisão oferece produtos que permitem a leitura da realidade, além do que cada pessoa pode enxergar pela janela de casa. Para Martin-Barbero, a sala de casa é o local de excelência da

televisão. “Se a televisão na América Latina ainda tem a família como unidade básica de audiência é porque ela representa a maioria das pessoas, a situação primordial de reconhecimento” (2002, p.295).

Outro espaço de produção simbólica está situado na “temporalidade social”. Na televisão, o tempo é definido pela programação que se organiza no cruzamento de gêneros e tempos. “Enquanto tempo ‘ocupado’, cada texto remete a uma sequência horária daquilo que o antecede e daquilo que o segue, ou àquilo que aparece no palimpsesto nos outros dias, no mesmo horário” (MARTIN-BABERO, 2009, p.298). Portanto, um programa não é uma unidade isolada, mas se incorpora a uma faixa ou bloco que contém programas com características semelhantes e assume, em sentido mais amplo, o papel de complementaridade do que o canal deseja ofertar. Assim, cada programa, mesmo pertencendo a horários específicos, representa parte do perfil programático da emissora. Há, nessa linha, a possibilidade de enxergar como o veículo se adapta ao público e ao mercado. Um canal voltado, por exemplo, para esportes tende a ofertar mais material dessa linha, também oferece uma gama maior de programas para jovens, mesmo que de gêneros e temáticas diversas, justamente por encontrar nesse grupo uma parcela maior de consumidores de suas principais emissões.

Por fim, Martin-Barbero trata do espaço da televisão na “competência cultural”. Segundo ele, as elites se acostumaram a desprestigiar a televisão. Ela é vista como um meio sem importância ou unicamente com a finalidade de educar as classes populares. No entanto, o autor explica que os gêneros, como descendentes de uma tradição literária e capazes de se transformar e receber novos sentidos, possuem uma competência cultural que coloca a programação televisiva como mediadora entre as lógicas do sistema produtivo e as do sistema de consumo, entre a lógica do formato e a lógica dos modos de ler. Ou seja, ela é capaz de fazer a ligação entre as diversas culturas, discursos e atores sociais. Mesmo as classes mais elevadas conseguem reconhecer na televisão sintagmas que atendem aos seus interesses, seja de curiosidade, de necessidade de obter informação ou entretenimento.

Assim, o programador do canal geralista ao definir o formato do fluxo deve considerar o ambiente familiar, por natureza, como o local da televisão. Mesmo que possa haver outros lugares onde ela está presente, como em dispositivos móveis e na internet, a sala de casa ainda é o espaço nobre. Essa condição impõe um desafio para a televisão: “como captar a atenção nesse livre ir e vir no interior da própria casa?” (JOST, 2007, p.490). Ainda segundo Jost, supõe-se equivocadamente que o sujeito pare suas atividades e se coloque diante do aparelho.

Jost cita um exemplo sobre como os horários podem ser adequados e assim tentar capturar a atenção do público. Para ele, os períodos do dia que permitem maior concentração são adequados à difusão de filmes (meio de tarde, fim de noite, domingo). Já nas horas de atenção dispersa são privilegiadas emissões que destaquem a fala e a força do discurso do apresentador, ou seja, emissões que fazem mais apelo ao ouvido do que aos olhos.

Uma comparação, que pode ser feita para ampliar a resposta para a questão sobre como captar o público, é com o cinema. “Enquanto a sessão de cinema suspende o tempo social, a televisão estrutura a temporalidade, a vida do telespectador” (JOST, 2007, p.75). A emissão televisiva está mergulhada no cotidiano. A programação ganha, a partir daí, uma função bem particular como relógio. A dona de casa, por exemplo, se habitua a desempenhar suas tarefas em função do horário do jornal ou da novela. Essa condição de calendário e relógio da vida cotidiana é classificada por Wolton (1996, p.227) como um dos fenômenos da programação<sup>4</sup>. “A vida cotidiana e nossa relação com o mundo são hoje inseparáveis dessa percepção de múltiplos programas que constituem tanto o nosso relógio do tempo imóvel quanto o do tempo histórico”.

Em função de tal aspecto, um produto televisual linear, progressivo com efeitos de descontinuidade, como no cinema, pode favorecer a dispersão do telespectador, conforme Machado. Para o teórico (2000, p.87), a televisão alcança "melhores resultados quanto mais a sua programação for do tipo recorrente, circular, reiterando ideias e sensações a cada novo plano, ou então quando ela assume a dispersão, organizando a mensagem em painéis fragmentários e híbridos".

Machado considera que a programação tem como regra a serialidade que, por sua vez, consiste na veiculação de um programa dividido por um conjunto de blocos. Ele explica que o próprio programa também é segmento de uma totalidade maior que "se espalha ao longo de meses, anos, em alguns casos até décadas, sob a forma de edição diárias, semanais ou mensais. Chamamos de serialidade essa apresentação descontínua e fragmentada do sintagma televisual<sup>5</sup>" (MACHADO, 2000, p.83).

---

<sup>4</sup> Outros fenômenos da programação citados por Wolton são a capacidade de ela permitir a leitura do que se depreende da informação e dos outros programas; e a força que o gênero desempenha como porta de entrada para as imagens em diversas formas de existência, ora como produto da ficção, ora como produto da realidade, ora como uma performance lúdica.

<sup>5</sup> O sintagma televisual é definição de Machado para programa. “Programa é qualquer série sintagmática que possa ser tomada como singularidade distintiva, com relação às outras séries sintagmáticas da televisão. Pode ser uma peça única, como um telefilme ou um especial, uma série em capítulos definidos, um horário reservado que se prolonga durante anos, sem previsão de finalização, e até mesmo a programação inteira, no caso de emissoras ou redes ‘segmentadas’ ou não especializadas, que não apresentam variação de blocos” (2000, p. 27).

Machado explica que a serialidade é um meio de acelerar e ordenar a produção televisiva. A serialidade surgiu, segundo ele, da necessidade de alimentar com material audiovisual uma programação ininterrupta e que exige um modelo de produção em larga escala. O autor afirma que o fluxo televisivo é marcado pela serialização e a repetição infinita do mesmo protótipo. Com isso, é possível produzir um número elevado de programas diferentes, utilizando-se sempre recursos semelhantes, como atores, cenários e o figurinos.

O exemplo mais nítido são as novelas que divididas por capítulos mantêm uma história e com ela a audiência durante um grupo de meses (Ibidem). Porém, a lógica da serialidade existe em outros programas. Um *game show* mantém esse princípio ao estabelecer um formato que vai se repetir continuamente. Uma sessão de filmes, mesmo que exiba a cada dia um título, é seriada na medida em que as emissões obedecem a um regime simbólico atribuído ao espaço que vai ocupar. Dessa forma, o horário para exibição de vídeos na televisão aberta no período da tarde, devido à expectativa de composição do público, exigências legais e dos anunciantes, não vai conter cenas de sexo ou violência.

Reside, nesse aspecto, diretamente o papel dos gêneros para a estruturação das grades.

Trabalhar com gêneros facilita a montagem da programação de um sinal. Já que a elaboração da grade se molda, ou está fortemente vinculada, aos ritmos da vida cotidiana, ao planejar e organizar a programação da emissora para os diferentes horários e faixas etárias, recorrer aos gêneros simplifica a tarefa. Se é necessário preencher a faixa horária do meio-dia, a equipe de programação não vai escolher transmitir ou produzir um programa que se situe no gênero do terror, por exemplo, porque será inadequado para as práticas culturais das audiências, que nessa hora estão almoçando (MAZZIOTTI, 2002, p.207)

A grade de programação é, portanto, um instrumento de operação dos gêneros. Ela desenvolve estratégias para selecionar e dispor cada um deles de forma mais adequada. A adoção de determinadas posturas dentro da grade pode ser capaz de organizar e estruturar a temporalidade para o receptor e, ao mesmo tempo, garantir o retorno aguardado pelo canal.

Jost (2007, pp.86-89 ) trata de cinco formas de ordenação da programação: a primeira é chamada de “programas segmentados vs programas reunidos”. Nesse caso, quando a maior parte da população que trabalha está fora de casa durante o dia, as emissoras adaptam suas emissões ao alvo mais determinado pelos anunciantes: a dona de casa. Em geral, no período da tarde, por volta das 13 horas, há um jornal que considera as regiões e categorias sociais pelos seus gostos tradicionais. À noite, é a hora de reunir todos os públicos. É inconcebível a exibição de um programa que possa causar dissidências entre adultos e crianças, homens e mulheres.

Outra estratégia é “programas fragmentados vs contínuos” para capturar o maior número de telespectadores no instante que eles retornam para casa. A fórmula consiste em colocar no horário nobre programas com sequências curtas. Quando o público já está em casa, situado com o ambiente doméstico começam as emissões mais longas.

A “programação vertical e heróis recorrentes” é estabelecida quando a emissora já tem um público amplo e bem definido dentro de uma faixa de tempo. A grade, nesse aspecto, torna-se rígida, difícil de ser transformada. A emissora utiliza programas em forma de seriados para criar novos heróis e motivar o público a se manter com ela. São os programas de telerrealidade que precisam dos vitoriosos e dos derrotados, e das séries que parecem a cada temporada dar nova vida ao horário em que são exibidas.

O “mundo da publicidade, mundo dos programas” é a adequação da ordem dos programas a uma norma estabelecida pela publicidade. Isso pode acontecer com programas patrocinados que obrigatoriamente vão ser incluídos na faixa determinada pela empresa contratante ou em outras formas, como o *merchandising* ou a adequação da emissão publicitária pelo perfil do público que mais usualmente vê determinado programa.

Uma forma complementar é a “programação horizontal e teasing”. Trata-se do reconhecimento de que toda emissão precisa conter tempos fortes que deixem o espectador à espera da sequência seguinte. Por medo de perder, ele acaba se fixando no canal. É, para Jost, uma espécie de aliciamento do telespectador, que se mantém cativo pela curiosidade e ansiedade despertada.

Nessas duas últimas estratégias, em especial, está implícita uma ferramenta que ajuda a organizar o fluxo televisual, o *break* ou intervalo. A função dele não é apenas econômica. Ele tem um papel organizativo que é de garantir um momento de respiração para observar a dispersão e explorar os ganchos de tensão, segundo Machado (2000) que chega a colocar em dúvida o sucesso de produtos televisuais consagrados, como a telenovela, sem o recurso do *break*. A pausa do programa, da novela, do show, pode ser determinante para os níveis de audiência ao gerar excitação no público, interesse em continuar a assistir. Para a indústria, o fim do bloco do programa é determinante para se assegurar potenciais consumidores.

O *break*, na opinião de Machado, apesar de sua contribuição para a organização da grade, tem se constituído em um entrave para os programas que tem o seu tempo de produção cada vez mais reduzido diante do número de anunciantes.

Castro (2007) trata deste assunto ao analisar o gênero promocional. Segundo ela, nos canais comerciais, o fluxo está organizado em função de uma ordem econômica. O princípio que rege a programação seria o seguinte: público x audiência x anunciante x patrocínio. Ou

seja, o sintagma televisual pode ser alterado, excluído ou ter seu horário modificado diante do retorno financeiro que ele der para a empresa anunciante e para a empresa de televisão. É a condição do canal geralista comercial: “uma emissora é, ao mesmo tempo, uma empresa regida por uma lógica econômica, uma instituição, voltada a missões no espaço público; e uma marca em concorrência com outras emissoras via seus programas e sua programação” (JOST, 2007, pp.89-90).

Jost também lembra que a lógica da grade da TV geralista comercial não é a de colocar um programa de alta qualidade que reuniria todos os públicos, mas um programa que atinge a maioria do público disponível naquela faixa de horário e com custo proporcional viável.

Ainda sobre a organização dos *breaks* e, por consequência dos blocos de programas, Machado (2000) diz que a emissora costuma borrar os limites entre os programas ou inserir um programa dentro do outro, tornando difícil a distinção entre um programa “continente”, aquele que acaba por aglutinar uma série de sintagmas dentro de si, e um programa “conteúdo”, marcado por uma emissão exclusiva.

Essa característica é observável em alguns horários, como o período da manhã. Em geral, as emissoras tendem a colocar programas com características semelhantes, mesmo que de gêneros diferentes. Há, normalmente, um formato, um jeito de ser de cada programa que une cada um deles. Logo nas primeiras horas da manhã, o telejornal que é exibido tem um apresentador que anda ao longo do estúdio, o cenário tem poltronas para convidados e as reportagens abordam emprego, saúde e comportamento. Nos outros horários, há programas de culinária, saúde, serviço e entrevista que acabam por repetir um modelo de cenário, linguagem, temas e até mesmo patrocinadores do intervalo.

A finalidade de borrar os limites entre um programa e outro é dar ao público a impressão de que ele assiste à mesma emissão e evitar a troca de canais. O assunto se relaciona com a abordagem de Roger Odin (2012) sobre a paleo e a neotelevisão<sup>6</sup>. A paleotelevisão é um modelo de organização em que os programas estão compactados em blocos. Já a neotelevisão dá aos programas uma possibilidade de interface maior ao colocá-los de maneira como as diferenças entre o fim de um e o começo de outro pareçam imperceptíveis.

---

<sup>6</sup> A abordagem de Roger Odin sobre a paleotelevisão e a neotelevisão leva em consideração o que foi praticado em termos de programação nos principais canais abertos da Itália, em que a maior parte do espectro é ocupada por veículos comerciais, e na França, em que a força e a presença de veículos públicos são maiores.

Mais do que um sistema de organização da grade, a passagem da paleo à neotelevisão significa uma mudança no posicionamento do telespectador. Inclusive, em vez de se referir à televisão como meio, Odin (2012, pp.8-9) utiliza o termo “dispositivo”, por considerar que a análise sobre a televisão não é apenas referente a programas e seus formatos, mas também ao modo de consumo e programação por agentes externos. Trata-se do método, como no caso dos estudos dos gêneros, que pressupõe um entendimento do que é colocado na tela, a partir do momento que eles não estão mais sendo transmitidos. O produto televisual ganha sentido quando o sujeito deixa de ser telespectador e volta à sua rotina de pai, trabalhador, dona de casa, estudante.

Odin (2012, p.9) descreve a paleotelevisão como uma instituição. Ela foi fundada a partir de um projeto de educação cultural e popular. Para este modelo, "os telespectadores compõem uma espécie de 'grande classe' onde os profissionais de televisão seriam os 'professores'". Essa condição faz com que ela adote um tom pedagógico massivo e insistente. O apresentador do telejornal, por exemplo, tende a ser mais distante. Ele fica na bancada e dialoga de maneira mais formal, sem o uso de termos coloquiais ou adjetivos.

Em termos de fluxo, a paleotelevisão se caracteriza por uma sucessão de programas em que cada um se identifica com determinado público, oferecendo de forma clara uma proposta. Há uma divisão mais evidente do que é ficção, informação, esportes, programas culturais, programas de entretenimento. Os programas são inscritos em uma estrutura de tempo rígida. Assim, determinado dia é voltado para entretenimento, o outro é para esportes, o outro é para programas musicais. Ao longo do dia também os programas se sucedem com marcações bem definidas (Ibidem).

A neotelevisão rompeu com o aspecto pedagógico da televisão. Um dos fatores que propiciaram esta transformação é a condição do telespectador se incorporar de forma imediata ao próprio produto. Ele é convidado a todo instante a participar da emissão por meio do contato direto via telefone, internet e outras ferramentas de interação. O público é consultado sobre os caminhos que o programa deve tomar. O apresentador deixa de ser o centro, o porta-voz da instituição. “Já não é mais uma questão de transmitir um saber e sim deixar o caminho livre para a troca e a confrontação de opiniões; as afirmações dão lugar às interrogações, o discurso institucional ao discurso individual” (ODIN, 2012, p.11). Cada participante – apresentador, convidado, telespectador - apresenta suas ideias sobre as mais variadas questões colocadas nos programas. Pouco importa se nem todos são especialistas. O essencial é falar e mostrar-se como membro do jogo televisivo. “A neotelevisão se apresenta como uma prolongação da tagarelice da vida cotidiana” (ODIN, 2012, p.12).

A ordem na neotelevisão é a aproximação com o público. No referente temporal, os programas se dobram ainda mais ao ritmo da temporalidade cotidiana. Há, segundo Odin, os programas “do despertar (*Buongiorno Italia*), programação da manhã (*Uni mattina, Matin Bonheur*), programação do meio dia (*Il pranzo e servito, L’Assiete anglaise*), programação depois da escola (*Youpi l’école est finie*)” (ODIN, 2012, p.12). A cenografia se ancora no espaço cotidiano. A mudança, de acordo com o autor, é mais evidente nos espaços onde imperam a vontade de transmitir informação ao espectador. Ele cita R.Bautier, que fez uma análise dos telejornais franceses desde 1962. Para ele, havia um distanciamento relativo que o apresentador buscava aparentar do público. O discurso era mais formal, com menos opinião, bem pausado e com forte entonação. A situação atual é o oposto: uma proximidade relativa.

Na neotelevisão, a familiaridade é, via de regra: chamar uns aos outros pelo primeiro nome, trocar confidências (“você é casado? Ela é bonita? Ela já chegou? Ela não faz cena? Ela é gentil?”); dá-se tapinhas nas costas, finge-se, conta-se piadas, a travessura voa baixo (Jacques Martin, a alguém que quer fazer uma viagem ao Canadá: “Atenção, menos 40º, não é o momento de fazer pipi do lado de fora!”) Não nos envergonhamos mais; é como se estivéssemos em casa” (ODIN, 2012 p.13-14).

Em termos de fluxo, Odin diz que não há mais dias privilegiados para um ou outro tipo de programa. A lógica que ele estabelece é que as chamadas, os *spots* publicitários, a sequência dos programas e a maneira como eles começam e terminam impedem a percepção clara sobre o que realmente está no ar. Os programas, na visão de Odin, estão imbricados uns aos outros de tal maneira que a estrutura sintagmática tende a uma espécie de fluxo contínuo.

São cada vez mais comuns, nesse sentido, os chamados programas *Omnibus*. Ele constitui o programa típico da neotelevisão. Trata-se de uma emissão composta por conteúdo de variedade, informação, jogo, espetáculo e publicidade. “Uma sucessão de programas *omnibus* não constitui mais uma sucessão de programas; a impressão de conjunto produzida é a de um programa multiforme, mas único que se desenrola ao final de horas e dias em todos os canais. Um mesmo programa global drena a totalidade das produções televisuais” (ODIN, 2012, p.15).

A neotelevisão representa a estruturação do fluxo televisual com os gêneros sendo operados de forma mais elástica. Ao contrário da paleotelevisão, em que cada tipo de gênero se encontra exatamente em um bloco de horários específicos, a neotelevisão oferece vários gêneros e formatos em pouco espaço de tempo. O programa existe a partir de um dos vértices do triângulo de Jost, mas nada impede de deslizar de uma ponta a outra mediante a alternância do que é exibido.

A proposta de Odin representa um novo entendimento sobre a posição do telespectador no fluxo televisual, porque reconhece que não há níveis hierárquicos entre emissor e receptor. O apresentador do telejornal não é diferente do sujeito que está diante do aparelho de televisão. Por isso, em vez de se mostrar distante, quem aparece no vídeo precisa adotar uma postura mais aberta e colaborativa. Todos estão no mesmo patamar – emissora e público - e têm um papel de complementaridade para efetivar o laço social televisivo.

O mais importante é fazer o público se reconhecer e, sobretudo, participar. A neotevê convoca o público a opinar pelas redes sociais, enviar comentários e sugestões de pauta. Ele também tende a encontrar na internet um universo de conteúdo que vai além do que é apresentado na televisão. São sites especializados, jogos e fóruns que mantêm vivo o interesse pelo programa e pela emissora mesmo depois que se desliga o aparelho de TV. O conceito inicial era que esse laço iria unir telespectadores dispersos geograficamente, mas que compartilham a mesma atividade, o mesmo sintagma. Porém, ele é bem mais do que isso. O laço social que a televisão cria não une apenas os telespectadores, mas liga estes às práticas industriais, às formas de produção, aos modelos de linguagem, ou seja, a todos os aspectos que caracterizam a programação.

## **1.2 Identidade do canal e identidade da programação**

Toda emissora tem uma área dedicada à programação. O tamanho e a disponibilidade de recursos desse setor vão variar de acordo com o canal. Para emissoras comunitárias de menor porte, o programador pode ser o próprio dirigente que escolhe os horários, gêneros e formatos do que vai ser colocado no ar. Em grandes veículos, os departamentos de programação contam com especialistas em produção televisiva, estatísticos para avaliar dados da audiência, programadores e assistentes de programação. Porém, mesmo que um programador ou responsável por um departamento, de forma individual, tenha impressões sobre como a grade deve ser composta, ele deve obedecer a decisões que emanam da diretoria, expectativas do público, deve atender exigências legais e considerar a condição técnica do próprio canal.

No item anterior foi possível perceber o conceito de programação e como uma grade é organizada. A proposta que orienta esta seção agora é a tentativa de compreender como operam as decisões da programação: o que leva o canal a inserir ou retirar um programa do ar ou dizer que uma faixa de programas precisa ser ampliada ou revista.

A proposta aqui aponta que não existe uma decisão de programação única, solitária, mas uma multiplicidade de fatores que guiam a emissora e estão ligados à identidade do canal e à identidade da programação.

A primeira observação a ser feita é que a programação é um sistema que opera os gêneros, a partir da produção, seleção e disposição de produtos e sua oferta para os telespectadores.

Por isso, a programação televisiva pode ser enquadrada, dentro da proposta de Martin-Barbero (2009), como um sistema que faz a mediação entre as lógicas do sistema produtivo e a lógica dos usos. Ou seja, é capaz de relacionar a criação de um produto televisivo (com um texto, cenário e forma de apresentação própria) com as necessidades do mercado (conversão do investimento em publicidade em lucro), do Estado (atendimento a uma legislação específica) e do público (satisfação e atendimento das expectativas).

A análise se aproxima dos apontamentos de Mittel (2004) a respeito do estudo dos gêneros televisivos. Para ele, entender os gêneros é aceitar que eles não são categorias neutras. Aspectos políticos, sociais, culturais e históricos ajudam a definir, criar e transformar os gêneros e o modo de utilização deles. Nesse sentido, no estabelecimento de uma programação, forças que, em princípio, parecem fora do universo da televisão, como a política, podem influir na constituição da oferta de um esquema de programas.

A articulação feita por Mittel difere do modelo formalista tradicional, que vê as fronteiras do gênero como as características que compõem o texto. Os apontamentos do autor não desconsideram os aspectos textuais, mas propõem ir além da narrativa. Para ele, mais do que questionar o que o gênero significa como arranjo narrativo, é preciso compreender o que ele representa para um grupo cultural específico. Olhar exclusivamente para os textos não permite entender como os gêneros são criados, emergem, se desenvolvem e se transformam.

O paralelo feito aqui é que do mesmo jeito que os gêneros não são compreendidos apenas por aspectos textuais, as decisões de programação não podem ser vistas por uma única via. Em uma emissão televisiva, estão em jogo questões que vão além do dinheiro obtido por pontos na audiência. Há a credibilidade do veículo, dos apresentadores, a inserção do canal no mercado, os modos de leitura do telespectador, as relações com o Estado e as transformações surgidas no gênero do qual o programa deriva.

De acordo com Mittel, uma das armadilhas que envolvem a análise dos gêneros é a consideração exclusiva de que o surgimento e desaparecimento de um gênero é unicamente uma questão ligada à narrativa. Nas considerações desta seção, a armadilha na interpretação

da programação surge na medida em que a grade é encarada apenas como um instrumento para alcançar o público e, assim, outros fatores são descartados.

É preciso, portanto, observar a relação dos gêneros em outros eixos, como aqueles ligados às relações identitárias e política. Sobre esse último item, ele ainda assinala que em geral, a análise dos gêneros não considera a política como um ponto de observação da prática genérica. Para entender como o gênero opera em um modelo cultural, deve-se olhar também as práticas e políticas regulatórias. De acordo com Mittel (2004, p.46), sistemas regulatórios podem exercer uma poderosa influência no discurso que compartilham os gêneros.

A questão que surge é, então, como encontrar um ângulo, um direcionamento metodológico capaz de dar conta da variabilidade genérica e sua relação com a grade de programação sem ficar preso unicamente a uma avaliação textual e sem, ao mesmo tempo, se perder em um fundamento pouco consistente, por se tornar difuso demais.

O próprio Mittel sugere um caminho. Segundo ele, as decisões de programação fazem parte das práticas industriais ligadas ao gênero, que podem ser compreendidas a partir da identidade do canal. Dessa forma, observar como o projeto que institui cada veículo criou e mantém essa identidade permite entender o modelo de programação adotado.

Mittel usa como referência para ilustrar o assunto a presença do *cartoon* na televisão americana. Com pouco investimento no cinema durante a década de 1950 e 1960, os produtores de desenho animado começaram um processo de migração para a televisão. Inicialmente, cada história durava em torno de cinco a sete minutos e eram agrupadas para formar blocos de 30 minutos. Empresas como a Disney encontraram na televisão um campo aberto para manter sua produção.

Porém, uma animação de sete minutos custava em torno de 40 mil dólares, valor alto para o incerto mercado de televisão da época. O jeito de tornar os produtos viáveis foi alterar a maneira de animá-los. Hannah Barbera conseguiu em *Ruff and Ready* (1957-1964) reduzir o custo de produção para três mil dólares. A receita era simples: uma variedade visual mínima, ênfase no humor verbal e a repetição de situações e narrativas (MITTEL, 2004, p.65).

Para a exibição, as três grandes emissoras de televisão americanas<sup>7</sup> isolavam os desenhos no sábado de manhã, em um bloco específico. Algo semelhante acontecia nas novelas, *talkshows* e *gameshows* que eram agrupados em horários rígidos. Com o desenvolvimento da TV a cabo, surgiram os canais dedicados a temas específicos como notícias, esportes, filmes e músicas.

---

<sup>7</sup> ABS, CBS, NBS

Em 1990, o Cartoon Network mudou esse cenário ao colocar em toda a grade um único gênero, o desenho animado. Já havia outros canais com vasta programação infantil, mas o Cartoon mostrou ser possível colocar o gênero como elemento base de uma emissora. Para Mittel, o Cartoon Network mudou o entendimento sobre este gênero ao desassociar desenho e criança e apontar a possibilidade do consumo exclusivo de histórias por adultos. O *Saturday Morning*, bloco de desenhos da década de 1960, também considerava o público adulto, mas em um aspecto secundário. Toda orientação inicial era para as crianças.

A identidade do novo canal de desenhos passou a ser designada pela ideia de um canal para quem gosta de desenhos. Segundo Mittel, isso se deu a partir do uso de um grupo de técnicas que incluem produção original, marketing, publicidade auto-referencial, reenquadramento de programas antigos, que são instrumentos para garantir a circulação efetiva do gênero e que, em outro aspecto, possibilitou o estabelecimento de uma identidade para o canal. O público passou a reconhecer a emissora como um canal especializado em desenhos, independente da idade do telespectador, e com condição de exibir as mais variadas histórias.

Interessante notar que, ao analisar o desenvolvimento do desenho animado na televisão americana, Mittel utiliza questões históricas, como a origem do *cartoon* no cinema, fala sobre aspectos industriais, como a solução para a crise que os estúdios enfrentavam, menciona detalhes ligados à estética, como o método de animação criado por Hannah Barbera, tudo para compreender o gênero como parte da constituição da identidade do Cartoon Network.

Para Wolton (1996), a identidade do canal é a sua programação, porque é aquilo que o público vê. No entanto, faltou complementar que a própria programação é determinada por essa identidade.

O jogo de palavras tem uma explicação bem precisa. Para o telespectador, a programação mostra o que a emissora é, acredita, sua forma de atuar. Porém, essa identidade existe a partir de um grupo de elementos que fornece um quadro limite de formatação para a própria programação.

Assim, a identidade do canal é perceptível na programação, mas se encontra também no nome do canal, no logotipo, nos elementos de continuidade, em documentos oficiais, como o estatuto, missão, manuais de estilo e de política editorial; e também, em entrevistas de dirigentes da emissora e ações de responsabilidade social. Tudo isso compõe o estilo do canal, que é marcado por uma ética, que configura um conjunto de valores de como deve ser a estação, e uma estética, que orienta a forma de dizer na tela (CIFUENTES, 2002). São esses

fatores que vão, em princípio, dizer o que o departamento de programação deve considerar para criação e modificações da grade.

A constituição dessa identidade do canal começa pelo nome do próprio veículo. Jost (2007) afirma que o nome é condição necessária para que a emissora se identifique como uma pessoa ou personagem diante do público. O veículo não é apenas uma pessoa jurídica, mas um interlocutor que dialoga diretamente com o outro. O pesquisador lembra o caso das emissoras francesas que em 1974, após romperem com Office de Radiodiffusion Télévision Française (ORTF),<sup>8</sup> resolveram criar um nome próprio para cada emissora, já que antes disso a identificação era unicamente pelo número do canal que ocupavam. Surgiu assim a Télévision Française 1 (TF1), Antenne 2 (A2) e France Régions 3 (FR3).

Associado ao nome está o traço visual e sonoro, a carta gráfica que tem como dispositivos o logotipo no canto da tela e o videografismo que, segundo Jost, permitem conferir determinados atributos ao discurso. A emissora é capaz de se apresentar como jovem, eficiente ou socialmente comprometida.

O uso desses recursos nasceu da junção dos elementos tridimensionais que emergiu dos computadores na década de 1960 com a *pop art* e vídeo arte. De acordo com Machado, esses recursos foram usados para construir desde a identidade visual da rede, dos programas, dos produtos anunciados até os créditos e as chamadas. Machado também trata sobre o logotipo: “se nas suas origens, o logotipo nasceu estático, como um emblema ou brasão, na televisão ele ganhou asas, ele foi coreografado, ele passou a ser encarado como uma transformação ao longo de seus poucos segundos de duração” (2000, p. 200). Segundo ele, além do papel simbólico, o logo da emissora constitui também um recurso da programação ao separar as unidades dentro do fluxo da transmissão.

Outra finalidade do logotipo na televisão é observada no caso francês. Jost conta que o logo, no canto da tela, começou a ser usado com o aumento dos canais a cabo, em 1986. O recurso era para ajudar o telespectador a se encontrar diante de uma ampla oferta de canais. “Como o selo real de antigamente, ele autentica um ato que, nesse caso, é a difusão (...) ele testemunha que o programa exibido pertence ao campo de domínio da marca, ou seja, contém os valores de que ela é portadora” (JOST, 2007, p.52).

Dessa forma, o videografismo faz parte de um grupo de ferramentas de autopromoção que tem como primazia evidenciar as qualidades do canal e convocar, a todo instante, os telespectadores.

---

<sup>8</sup> ORTF: Agência Francesa de Radiodifusão Pública que entre 1964 e 1974 dirigia as emissões televisivas até ser dividida em três emissoras de TV, citadas no texto.

Castro (2007) explica que é usual a televisão desenvolver ações explícitas e implícitas ao longo da sua programação para valorização própria. O sistema de auto-referencialidade está nas chamadas dos programas até nas ações de marketing social. Para a autora, essas peças visuais que são colocadas no ar constituem o gênero promocional.

O traço constitutivo do gênero promocional é, segundo ela, a existência de um conjunto de produtos audiovisuais que tem a publicidade como princípio geral, sempre na intenção de estimular o consumo e/ou provocar mudanças de comportamento. Ele existe na medida em que os meios atuam como mediadores entre o produtor e a intencionalidade de vender e o público, que interpreta a mensagem como um organismo do mercado para consumo.

Um exemplo é a chamada que sinaliza que em breve entrará no ar uma nova novela. O texto e elementos visuais vão destacar o elenco, a trama que promete ser envolvente e sugere ao telespectador que haverá um grupo de emoções maior do que aquelas já experimentadas.

A propaganda auto-referencial na televisão tem as seguintes metas.

(1) a identificação da emissora e/ou seus produtos: nível em que o objeto da produção televisual busca passar de nome comum a nome próprio, visibilizando-se como marca; (2) a conferência de atributos à emissora e/ou a seus produtos: nível responsável pela explicitação dos traços distintivos, das peculiaridades de seus afazeres, da competência de sua ação; (3) a celebração da emissora e/ou de seus produtos: nível responsável pela auto-exaltação do nome e de seus atributos, buscando uma unanimidade de reconhecimento; e (4) a apropriação da emissora e/ou de seus produtos por parte dos telespectadores: nível do consumo dos produtos televisuais (CASTRO, 2007, p.125).

Como prováveis subgêneros com a finalidade de promover o canal, Castro aponta a chamada (que pode ser dentro ou fora de um programa), espaço de responsabilidade social (concedido a instituições parceira da gestora do canal), patrocínio (apoio a eventos, projetos e iniciativas externas ao canal), projeto institucional (atividade desempenhada pela emissora de relevância social), vinheta da emissora (assinatura visual), merchandising social (ações promovidas pela televisão em prol do interesse coletivo), merchandising auto-referencial (notícias, comentários e menções a novos produtos, projetos e ações desenvolvidas pelo canal).

Em geral, as ferramentas de autopromoção tentam tornar mais visível uma cultura instalada ou que se pretende implantar. Esses valores podem estar expressos em estatutos, manuais de estilo ou em uma política editorial. O risco é de a emissora dizer algo que possa soar como uma mentira para o público. A identidade do canal somente emerge com as leituras

da audiência, ou melhor, na maneira como o público encara o que é mostrado. Isso acontece no momento em que o canal ganha uma reputação.

Mittel cita o exemplo do canal E!. O nome dele é Entertainment Television, mas é reconhecido mais por seu vínculo com notícias sensacionalistas sobre celebridades midiáticas. Um sentido que é criado pela abordagem das notícias e pelos dispositivos de autopromoção que informam aquilo que o canal valoriza em termos de emissão.

Para o canal E!, entretenimento é, por assim dizer, acompanhar as notícias sobre artistas e seus infortúnios. Os programas que vão existir dentro do canal devem seguir tal premissa. O uso preciso dos gêneros, a publicidade auto-referencial e a carta gráfica não podem descartar esse caminho já estabelecido pela reputação.

Pode-se, então, considerar que, em termos de composição da grade, a construção de uma identidade obriga a emissora a escolher o programa mais coerente à identidade que o veículo, com seus valores, diretrizes e preceitos, quer transmitir ao público. Caso produtores e programadores não percebam como o programa se relaciona com a proposta e o jeito de ser da emissora, é comum que aconteça um estranhamento no público. O desajuste de um programa à proposta leva o público a reagir com comentários, como “esse programa não é para esse canal” (FERNANDEZ, 2002).

Imagine, por exemplo, uma emissora privada que faz um discurso de jovem, moderna e atenta às novidades tecnológicas. A todo instante os programas convidam o público a participar pelas mídias sociais. O videografismo e a publicidade auto-referencial fazem questão de ressaltar a qualidade técnica das suas imagens. Porém, a programação, que antes era formada basicamente por jornalismo e entretenimento, começa a ser marcada pela venda maior de horários para toda a sorte de programas, como tele vendas e religiosos, sem que aconteça a preocupação em manter a qualidade do material veiculado. Seguramente o público pode estranhar a mudança e questionar a inadequação do discurso oficial ao que é apresentado.

O programador ao elaborar a grade, além de se questionar sobre como capturar a atenção do público dentro de casa, também deve refletir se o programa corresponde à identidade do veículo, aos valores que a empresa aponta e não só às necessidades de audiência.

No caso de avaliar a programação de uma emissora, a reflexão deve ser ainda mais criteriosa. É importante considerar que, além da carta gráfica e da programação que compõem a identidade, ela carrega consigo uma legislação que impõe um modo de funcionamento e as diretrizes ligadas à ideia de um veículo de serviço público.

Nesse sentido, o desajuste na programação de televisão pública acontece quando aquilo que é mostrado na tela está em descompasso com a proposta pensada pela sociedade e seus representantes para o canal. Ou seja, o projeto do canal com seus valores e objetivos está em uma direção, e as emissões seguem em sentido oposto. O cenário é, portanto, mais movediço que nos veículos privados que, quase sempre, têm suas ações dentro da programação justificadas pelo potencial de lucro e audiência que cada produto representa.

## 2. TELEVISÃO PÚBLICA

Para compreender a programação de um canal de televisão é necessário interrogar ao projeto que criou o veículo que tipo de canal ele se propõe a ser. No caso desta pesquisa, o veículo a ser analisado classifica-se, por meio de seus documentos fundantes, como uma emissora pública. A intenção deste capítulo é compreender como esse modelo de emissora se organiza, produz e disponibiliza conteúdo.

O fundamento é que a política de programação na televisão pública precisa vir acompanhada de um sistema de gestão que garanta autonomia administrativa e financeira. Somente assim para evitar que o veículo seja apropriado politicamente, ou seja, descaracterizado por uma visão que só admite conteúdo da alta cultura. Na verdade, os critérios que envolvem a formatação da grade, como a disposição em horários, conforme a expectativa de composição do telespectador, também valem para os veículos públicos. A emissão televisiva não pode prescindir da audiência sob o risco de se tornar um monólogo.

O entendimento deste capítulo é que não existe um modelo único de radiodifusão pública. Como demonstram Otondo (2012) e Leal Filho (1997), o modo de organização em cada país tende a variar e leva em consideração a própria configuração local em torno das políticas de comunicação. A Unesco (2006) lembra, porém, que apesar das diferenças legais existem valores em torno do campo público da televisão que perpassam diversos países, como: diversidade, diferenciação e universalidade.

Em termos de programação, a forte presença dos veículos privados e a debilidade das políticas de comunicação tornaram a América Latina uma região marcada por um modelo de televisão pública que transita entre o conteúdo exclusivamente educativo, de defesa do governo mandatário ou que se ocupa apenas em exibir programas da alta cultura. O resultado é o distanciamento do público por considerar esse tipo de veículo enfadonho e de pouca credibilidade.

Mazziotti (2002) argumenta que a televisão pública tem a possibilidade de ser diferente. Para isso, é preciso retirar a visão de que ela é desprovida de programas atrativos. Segundo ela, não há, a princípio, um tipo de gênero impuro e que em função disso não possa estar na grade de um veículo público.

O entrave, como este capítulo aponta, está no financiamento das emissoras, de forma a garantir um modelo de produção, e, também, na autonomia dos veículos, que é o meio de evitar que a ingerência administrativa contamine o que vai para a tela. O texto descreve como o Estado brasileiro tratou historicamente o campo público como um espaço marginal

dependente das verbas oficiais e de uma programação somente educativa. Ao olhar para este quadro, é possível ter um panorama do cenário em que o projeto de um canal público de abrangência nacional, como é a proposta da TV Brasil, vai se inserir.

## 2.1 Programação em canais públicos

O termo público é indissociável da televisão, como público da televisão, para se referir aos telespectadores, e concessão pública, ao mencionar a permissão concedida pelo Estado para o funcionamento do veículo. O princípio do público também está presente na lógica de que toda mídia é pública. Assim, a televisão é pública por ser de livre acesso. No entanto, ao tratar sobre televisão pública a referência é para um grupo de canais que compartilham parâmetros de narração, programação, concepção e apresentação, que são opostos aos veículos privados (DINES, 2003).

A proposta desta seção é entender quais são os elementos que definem a televisão pública e como eles estão presentes na política de programação do canal. Para alcançar esses objetivos, é necessário compreender inicialmente que há uma diferença básica entre a televisão que se propõe ser pública e a televisão privada. O fundamento é que a TV pública maximiza os serviços públicos e a comercial, os ganhos (CIFUENTES, 2002). Entende-se ganhos não apenas financeiros, mas toda a sorte de vantagens que os núcleos de propriedade<sup>9</sup> podem obter.

Teresa Otondo, em *Televisão pública: para quem e para quê?* (2012, p.70), oferece algumas referências para se compreender o que é serviço público na televisão. Inicialmente, baseada no exemplo francês, Otondo conceitua serviço público como “um conjunto de atividades de interesse geral, assumidas de uma forma ou outra pela sociedade, sob a égide do Estado e por isso submetidas a um regime específico”.

As atividades e instituições que se guiam pelo fundamento do serviço público carregam em si, de acordo com Otondo, a ética do interesse geral que determina a continuidade (o serviço não pode ser interrompido), igualdade (deve ser garantido acesso a todos), neutralidade (deve evitar discriminações de qualquer ordem) e adaptabilidade (nem o concessionário nem o usuário são ‘donos’, o que permite a possibilidade do serviço ser alterado para atender novas realidades). Segundo a autora, os valores devem funcionar como

---

<sup>9</sup> Os núcleos de propriedade de um veículo de comunicação, segundo Marques de Melo e Assis (2010), são a família que detém os direitos econômicos, os dirigentes, os anunciantes, os patrocinadores e demais grupos que acabam por influenciar incisivamente na linha editorial.

uma âncora, para assegurar um padrão de conduta e evitar interferências externas ou a não realização da atividade fim.

Para a autora, o estabelecimento de formas de operação para a televisão classificada como pública deve impedir que ela se torne instrumento de partidos políticos ou grupos econômicos de qualquer natureza. Assim, as condições e conveniências que a devem reger dizem respeito às necessidades oriundas da sociedade civil.

O contrário dessa situação, de acordo com Otondo, é o desrespeito à noção de serviço público. Isso acontece quando não há autonomia da gestão e os dirigentes do canal sentem-se compelidos a aceitar interferências externas. O reflexo se dá justamente na programação que passa a ser orientada a partir de finalidades que não envolvem o interesse da coletividade, mas de uma minoria que promove o aparelhamento do sistema de radiodifusão.

A lógica apontada por Otondo (2012, p.90) é a seguinte: “quanto mais instrumental, mais governamental seria o canal, especialmente se, para garantir esse resultado, a ingerência externa se manifesta ao ‘colocar gente da nossa confiança no canal’ para atuar como filtro editorial”. Dessa forma, as emissoras que compõem o campo público possuem em suas leis de criação, estatutos e diretrizes internas valores como independência, credibilidade e pluralismo, para evitar a intromissão dos governos em seu caminho.

Por isso, o estudo sobre a televisão pública sempre vem acompanhado de expressões como “deve ser”, para indicar que, ao contrário dos canais privados que se movem mediante a visão dos proprietários, dirigentes e do mercado, o campo público da televisão vem cercado de características que tentam determinar sua forma de atuar.

Um exemplo de um estudo que tenta localizar os valores fundamentais da televisão de serviço público está no trabalho conduzido por Vladimir Gai para a Unesco, intitulado *Radiotelevision de servicio publico: um manual de mejores praticas* (2006, p.31). A pesquisa comparou modelos de gestão, financiamento e programação em diversos países e identifica quatro características que a radiodifusão efetivamente pública deve possuir:

a) universalidade: a difusão pública deve estar disponível para todos os cidadãos, assim o difusor público deve se dirigir a toda população, sem distinção;

b) diversidade: a diversificação acontece de três formas – os gêneros de programas, as audiências determinadas e os temas discutidos, a intenção é garantir a proximidade com as diversas camadas sociais e interesses da sociedade;

c) independência: a radiodifusão pública deve ser um fórum onde as ideias são expressas livremente. Este somente será possível se o difusor for independente. Isso acontece

a partir do instante em que as formas de financiamento e gestão retiram o poder de decisão dos atos administrativos do Estado e entrega à sociedade civil;

d) diferenciação: não se trata apenas de produzir programas ou se dirigir a audiências que outros ignoram, mas se dirigir ao público sem exclusões. O princípio obriga a radiodifusão pública sempre a inovar.

O estudo da Unesco se baseou em uma série de documentos que organizam emissoras públicas de rádio e televisão ao redor do mundo. É visível o esforço para que os veículos, apesar de públicos, não se convertam em instrumento político de governo. “Existe uma errônea opinião generalizada que a radiodifusão pública e os difusores estatais são sinônimos” (UNESCO, 2006, p.30). O erro se deve à falta de modelos de radiodifusão pública em mais países. Os entraves apontados para efetivar a radiodifusão pública são o forte controle governamental, carência de independência e parcialidade na programação.

Por isso, o primeiro embate na constituição das emissoras é justamente fazer com que elas, apesar de existirem dentro de uma estrutura do Estado, não sofram interferências político-partidárias. Em outro tipo de serviço, talvez, a separação do ente estatal com o governo seja mais visível. Uma concessionária de rodovia, por exemplo, realiza uma atividade que é pública. Sua ação deve ser direcionada para a conservação de um bem que é da coletividade, independente de quem está à frente do Executivo. A concessionária não pode, então, permitir que uma pessoa cruze a barreira do pedágio sem pagar simplesmente por ser eleitor do partido que está no comando.

Na televisão pública, a notícia que vai ao ar no telejornal não pode ser aquela que somente agrada os dirigentes governistas. Os programas de debate não podem ter apenas entrevistados que “falem bem” do governo. Já a sessão de filmes e o formato de programas de entretenimento não devem ser direcionados a partir de gostos particulares.

Reside aí a necessidade dessas sequências de valores que são atribuídos desde o ato de criação das emissoras, ou seja, do projeto de televisão que é desenvolvido. Segundo Otondo, a escolha do modelo institucional da emissora tem impacto direto na autonomia do canal e no formato da programação. A autora propõe observar o nível de proximidade e de dependência em relação ao governo para definir se é uma televisão é realmente pública ou estatal.

A televisão estatal está ligada à lógica do *accountability*<sup>10</sup>. Pode ser um canal que cobre os atos presidenciais, como o caso da NBR<sup>11</sup>, no Brasil, que transmite ao vivo a

---

10 *Accountability* é um termo sem tradução exata para o português. Ele é entendido como uma forma de prestação de contas dos órgãos públicos ao cidadão. Trata-se de um grupo de estratégias para dar transparências, em especial às ações e ao orçamento da entidade.

participação do chefe do Executivo nacional e tem a programação dedicada quase que exclusivamente a ouvir representantes do governo federal. Outro exemplo de canais públicos que seguem lógica semelhante são os canais legislativos, responsáveis por exibir debates e sessões do Senado e das Câmaras Federal, estaduais e municipais. E, também, há a televisão que pertence ao Judiciário. Em todos os casos, a finalidade é dar transparência às ações do ente estatal que detém os direitos da emissora. A programação pode até oferecer espaço para exibição de documentários, shows e outros gêneros de programas, como acontece na TV Senado<sup>12</sup>, porém seu raio de atuação é limitado por ser um serviço que, mesmo público, existe para prestar contas das realizações do órgão que dirige a emissora.

Assim, uma emissora que pertence ao Poder Judiciário, como a TV Justiça<sup>13</sup>, por exemplo, é pública por pertencer a um órgão público, mas seu padrão de atuação institucional impõe um sentido exclusivo às suas emissões, o que a condiciona a ser uma emissora estatal.

No texto *Sobre a independência das emissoras públicas no Brasil* (2013, pp.131-132), Eugênio Bucci estabelece a diferença entre a emissora pública e a estatal. No que se refere à programação, ele diz que na televisão estatal o conteúdo depende, em última instância, da aprovação ou concordância da autoridade estatal. “Mesmo que seu conteúdo contemple algum nível de diversidade, de pluralidade ou de crítica, os seus parâmetros são limitados por uma autoridade externa”.

Por sua vez, os veículos públicos não estão atrelados às vontades de autoridades externas. Os parâmetros que caracterizam a programação é que ela seja pautada “por valores, metas e princípios que dão prioridade à diversidade de vozes, à experimentação da linguagem, à informação crítica e independente, à formação de cidadãos autônomos, sem ter finalidade comercial, partidária, governamental ou religiosa” (Ibidem).

Na defesa feita no estudo da Unesco, a programação da televisão pública deve ser capaz de entreter e capacitar. Os programas para canais públicos podem comportar todos os tipos de conteúdo. O seu modo de ser deve invocar imagens capazes de lidar com temas sociais, ter liberdade editorial e apresentar conteúdos originais ou pouco explorados nos

---

<sup>11</sup> NBR: Canal pertencente à Empresa Brasil de Comunicação (EBC). Foi criado em 1997 para cobrir os atos e solenidades da Presidência da República.

<sup>12</sup> TV Senado: Primeira emissora legislativa do Brasil. Entrou no ar em fevereiro de 1996. Tem como destaque da programação a cobertura de sessões e audiências públicas.

<sup>13</sup> TV Justiça: Sediada no Supremo Tribunal Federal (STF), começou a operar em 2002. A principal emissão são os julgamentos da corte.

veículos privados. Não há institucionalização do canal. A emissora é pautada pela multiplicidade de vozes, temas, abordagens e formatos.

De acordo com Otondo, a forma da programação se materializa justamente a partir dessa articulação entre gestão, métodos de financiamento, estatuto e participação da sociedade civil dentro do canal. Um caso particular, que permite observar esse e outros apontamentos, é a partir da BBC. A empresa britânica surgiu no final da década de 1920. A BBC comporta, atualmente, uma série de serviços, como rádio, internet e televisão. Ela é referência ao se falar sobre televisão pública, por uma série de fatores. A programação do canal é ampla, múltipla, com uma grande variedade de gêneros e formatos. A emissora produz ficção, programas de realidade e jornalismo. Ela também faz altos investimentos em inovação técnica. Mas, segundo Leal Filho (1997), a maior característica é ter se convertido, ao longo do tempo, em um símbolo da cultura inglesa.

A BBC funciona com base em três documentos: a Carta Real - renovada a cada dez anos. Ela define os objetivos, missão e poderes e regulamenta a taxa que financia a empresa; *Agreement* - acordo incondicional entre o governo e a BBC, que reconhece a independência editorial da corporação e define suas obrigações de serviço público. Ele garante que a diretoria tem plena liberdade de atuação e que o governo não pode interferir no conteúdo do canal; *funding settlement* - rege a forma como a corporação opera no campo financeiro e estabelece o índice anual da taxa (*license fee*). A taxa que mantém a BBC é cobrada por cada residente na Grã-Bretanha que possui televisor. Somente em 2010, a taxa rendeu à empresa o equivalente a 1,2 bilhão de libras esterlinas, cerca de R\$ 4 bilhões. Com esses recursos, a BBC mantém seus serviços e investe na programação de cada um dos veículos (OTONDO, 2012).

Para Leal Filho (1997), a existência de um valor fixo para subvenção das atividades é um dos fatores que permitem a liberdade de ação da empresa. Ela não depende do humor do governo de cada época, para aplicação de recursos.

Leal Filho defende que a televisão pública precisa ter autonomia financeira, como a BBC. Segundo ele, quanto mais um serviço depender de verbas públicas geridas pelos governos ou advindos da propaganda, mais distante fica do tipo ideal de TV. No caso da emissora britânica, a taxa é recolhida e transferida integralmente, sem qualquer forma de repasse.

O princípio de autonomia da BBC também existe na diretoria. O diretor geral é indicado pelo conselho, que são escolhidos entre membros da sociedade civil, são

remunerados e tem mandato com tempo estipulado. Isso reduz a possibilidade do sistema de gestão ser convertido em um dispositivo para troca de favores.

Em termos de programação, o que vale para a BBC é a qualidade de cada programa e o que eles representam para o público. Em 2006, a emissora criou um sistema para avaliar a programação. O PVT (*public value test*) é aplicado a toda proposta de mudança ou cancelamento de programa. O teste tem o índice de valor de público, que mede os efeitos da ação no usuário, na sociedade; e o impacto no mercado, que mede os efeitos na concorrência e fornecedores de produtos. São quatro critérios centrais observados: alcance, qualidade, impacto e custo/benefício:

Alcance se refere ao público-alvo de cada programa ou serviço, medido em certo espaço de tempo. A qualidade mede a novidade do programa ou serviço no mercado, o que oferece a mais ao usuário, o diferencial, em suma. O impacto avalia o benefício para o cidadão em relação ao que paga e o benefício para sociedade em termos de contribuição, para o fortalecimento da democracia, por exemplo, ou maior respeito entre comunidades diversas. O ‘value for money’ (custo/benefício) avalia os custos da proposta para BBC, caso seja implementada a proposta, projeto ou programa (ou a potencial perda financeira para a empresa, caso não seja implementada), além do retorno sobre o capital investido (OTONDO, 2012, pp.190-191).

Otondo descreve o perfil jurídico-institucional da emissora da seguinte forma:

Tabela 1. Perfil jurídico-institucional da BBC:

Natureza	Corporação do Estado
Propriedade	Patrimônio do Estado
Outorga	Carta Real – 10 anos
Financiamento	Taxa direta
Gestão	Conselho – 12 membros remunerados
Indicação	Consulta Pública + Governo
Diretoria	Diretor Geral pelo Conselho
Auditoria	Interna e Externa
Funcionários	Contratados / Empresa privada
Administração	Gestão corporativa
Grade de programação	Sem publicidade
Principais conteúdos	Jornalismo, ficção e cultura
Produção	Parcialmente independente
Website	Prestação de contas públicas e atendimento ao usuário

Fonte: OTONDO, 2012, p.200

O método de trabalho permite para BBC um amplo espaço de produção e exibição, sem perder as características que fizeram a empresa e seus canais de rádio e TV serem

símbolos da cultura britânica. Há uma grande variedade de gêneros e formatos na programação. Na grade da BBC-1, principal canal de televisão da corporação, há conteúdo jornalístico (*Breakfast, BBC News*), séries (*Fake Britain, Perfection*), espaço para exibição de filmes e esportes (*Athletics*). O mais relevante é garantir a qualidade do que é colocado no ar e sua vinculação às diretrizes de serviço público estipulados.

A BBC prova que é possível que, mesmo sendo patrimônio do Estado, a radiodifusão pública possa pertencer à sociedade civil e não aos dirigentes partidários. Porém, como lembra Otondo, a adoção do método de gestão reflete a cultura política de cada local. Para a pesquisadora, se na França, por exemplo, o setor de audiovisual é altamente controlado, a televisão pública também tem critérios bem precisos. Já nos Estados Unidos, o que impera é a lei de mercado e a disputa entre os concorrentes. A televisão pública americana, a PBS, também é resultado deste sistema.

Leal Filho traça um mapa sobre as formas de controle e financiamento mais usuais na televisão pública ao redor do mundo, para ilustrar como os sistemas de gestão variam: 1) forte controle governamental (França, Grécia e Itália); 2) serviço público “puro” (Suécia, Dinamarca e Noruega)<sup>14</sup>; 3) serviço público de limitado apoio comercial (Alemanha e Holanda); 4) sistema misto, com forte regulamentação pública, tanto no setor comercial como no público (Reino Unido); 5) sistema misto, com fraca regulamentação sobre o setor comercial (Austrália, Canadá e Japão) e 6) livre mercado com sistema público marginal (Estados Unidos).

Não existe, portanto, um método universal de televisão pública. Há alguns princípios em comum que são exigidos dos canais que se valem da prerrogativa de serviço público, como garantia de liberdade, com uma interferência mínima do governo, e contribuição ao pluralismo no acesso e na expressão da escrita audiovisual. Tais valores sofrem impacto das formas de financiamento e gestão escolhidas que, por sua vez, configuram o que será ofertado ao público.

A análise da televisão pública na América Latina, ao comparar com as ações empreendidas e organizadas pela BBC, revela como a programação se move mediante a escolha de determinados parâmetros de gestão. Enquanto a BBC, consegue se inserir na vida dos britânicos, ser símbolo da cultura local e produzir material com alcance mundial, os canais latino-americanos são historicamente marcados por um discurso elitista, repleto de

---

<sup>14</sup> Observando a organização da Radiodifusão nesses três países, algumas características em comum levam a considerar como um sistema “puro”, entre eles a existência de um sistema regulatório para garantir a liberdade de expressão e coibir eventuais abusos da imprensa, um conselho para acompanhar e supervisionar as concessões de rádio e televisão e um controle permanente do conteúdo publicitário.

didatismos e de pouco apelo à audiência (MARTIN-BARBERO, BELTRAN, FERNANDEZ, 2002).

Para Martin-Barbero (2002, p.52), a origem deste problema tem relação com a história política da região. Na América Latina, o espaço público é historicamente confundido ou submerso ao estatal, a partir de uma série de interesses políticos que permeiam cada governo. Barbero afirma que a redefinição do caráter público na região começou a ser necessária quando as ditaduras se instalaram na região e acabaram com as liberdades individuais e democráticas. Pouco depois, a comunicação formulada pela radiodifusão, que esteve a serviço destes governos, foi questionada. “O que os novos movimentos sociais e as minorias (etnias, raças, mulheres, jovens ou homossexuais) exigem nem é tanto ser representados como ser reconhecidos: tornar-se visíveis socialmente nas suas diferenças” (Ibidem).

A exigência por uma televisão plural é, para Martin-Barbero, o início de um processo de resistência de um paradoxo da televisão na América Latina. Apesar da forte presença do meio na sociedade, o pesquisador colombiano afirma que o rosto dos países, que aparece na TV, é deformado e distorcido pelos interesses econômicos e políticos. A televisão suplanta o debate público ao render-se às vontades corporativistas.

A televisão pública seria o instrumento mais adequado para, por meio do laço social, mostrar e unir diversas etnias e culturas que formam os países multiculturais da América Latina. Porém, em geral, a televisão pública latino-americana é marcada por duas formas de gestão que impedem sua aproximação real com a audiência, conforme German Rey Beltran (2002). Na primeira, elas são completamente dependentes do Estado e as diretrizes que devem seguir emanam do governo. Sem políticas de comunicação, o funcionamento é representado pelo mandatário da vez. O anacronismo é evidente, conforme Beltran, e manifesta-se de três formas: ao politizar as concessões, ao ficar alheio às mudanças no audiovisual e na falta de diversificação da oferta de gêneros na programação.

Outro formato é de caráter desenvolvimentista. A visão instrumental das mídias continua, porém, elas têm a finalidade de promover a educação das massas. As populações que estavam excluídas dos círculos de educação seriam alcançadas na televisão. O projeto de televisão pública não considera as mudanças sociais. Ele é fechado e fixa-se em mandatos pedagógicos (Ibidem).

Os dois formatos de gerir a TV pública são inadequados, segundo Beltran, e não correspondem às necessidades de uma verdadeira televisão na região. Para o autor, associar a televisão pública a um partido ou governo é perverter sua vocação. Quanto ao formato didático, apesar de legítima a preocupação, ele tem resultado quase sempre em programas

enfadonhos e de pouca atratividade. “Somente uma televisão pública atenta e receptiva às mudanças culturais, que propicie o diálogo das diferenças e o contraste dos estranhos, pode ser uma televisão que, além de chegar às pessoas, fale a linguagem que elas conhecem ou prometa produtos que as empolgue” (BELTRAN, 2002, p.118).

Porém, conforme Beltran, a visão que predomina com maior força na região é a erudita, que a televisão deve “levar cultura ao povo”. Uma forma perigosa na medida em que enxerga o classicismo da arte como único objeto a ser apresentado.

De acordo com Beltran, o caminho mais adequado para a televisão pública é do pluralismo e da descentralização. Segundo ele, os canais públicos têm que ser concebidos como projetos nacionais que procuram a coesão da diversidade regional. O centro físico é onde a emissora se localiza, mas o centro simbólico é aquele que emerge na apresentação das diversas culturas de cada ponto. O protagonismo deve ser dado ao regional. Isso significa dar espaço a personagens, fatos e imagens que estão geograficamente afastados dos centros de poder e de força econômica. Em um país de dimensões continentais, como o Brasil, essa medida abre a possibilidade de mostrar na televisão cenários que pouco aparecem na televisão privada ou que, em geral, são tratados como exóticos ou como fator de curiosidade.

Com isso, há uma preocupação em colocar a televisão pública como uma ferramenta para correção de distorções no método de tratamento que a televisão comercial concede aos grupos marginais e que estão fora do alcance do interesse empresarial. Nesse sentido, o jornalismo, por exemplo, não pode criar uma cobertura que mostre o modo de vida de cada grupo como bizarro. A seção de filmes precisa buscar produtos que tenham temáticas e cenários fora do eixo econômico do país.

Uma ação que trabalha com o papel da descentralização é a TAL (Televisão América Latina). Ela funciona há 10 anos e consiste em um sistema de intercâmbio e divulgação da produção em 20 países latino-americanos. São canais públicos, culturais, educativos e comunitários que compartilham seus programas, em especial séries e documentários.

A TAL funciona como um banco de conteúdo. De forma solidária, cada emissora disponibiliza material para ser utilizado por veículos que participam da rede. Um dos objetivos é fazer com que a comunidade da América Latina se conheça.

Em seus arquivos, a TAL possui cerca de oito mil documentários. São 23 países envolvidos e 283 emissoras associadas.

De diferentes modos, na construção da TAL participaram movimentos de realizadores audiovisuais e de comunicação popular, escolas de cinema e TV, universidades, organismos oficiais dos diferentes países, televisões públicas,

educativas, culturais e comunitárias. O intercâmbio, a vinculação e a retroalimentação entre esses movimentos regionais televisivos, muitas vezes propiciados pela mesma Rede TAL, geraram uma potência importante e vai construindo uma marca de estilo da TV pública e cultural latino-americana (TAL, 2013, p.41-42)

Dessa forma, a programação pública deve assumir uma postura ora geralista, ora específica/especializada (BELTRAN, 2002). Ou seja, uma televisão que atinja todos os públicos com respeito às minorias. Tornar isso efetivo vai depender da visão estabelecida para cada projeto de televisão com seus valores, diretrizes, estrutura normativa e princípios de administração.

Valério Fuenzalida Fernandez (2002), ao estudar a grade de programação dos canais públicos na América Latina, diz que o uso político e a visão elitista criaram projetos de canais públicos com três tipos básicos de matrizes de programação. A primeira é a matriz educacional-formal. Nesse tipo de programação, o projeto de televisão é pensado em uma perspectiva educativa. O raio de ação é limitado à apresentação de videoaulas. Segundo o pesquisador, nesse modelo, pretende-se coincidir os horários das aulas da escola com programas de TV estritamente relacionados aos conteúdos escolares. A televisão pública converte-se em um instrumento pedagógico que visa suprir as deficiências dos alunos que não encontram na educação-formal dispositivos adequados para seu aprimoramento.

A segunda matriz é da alta cultura e do debate acadêmico. A programação desse tipo de emissora procura enfatizar a cultura clássica ocidental, uma vez que encontra pouco espaço nas emissoras abertas comerciais. Os programas são, quase todos, exibição de espetáculos de ópera, balé, teatro, dramatização de romances e cinema de arte. Outros espaços são dedicados a programas de debate de caráter intelectual, social e científico. Nesse projeto de televisão, noticiário esportivo e telenovela são deliberadamente excluídos por serem considerados como produtos de baixa qualidade.

Fernandez afirma que essa matriz está sofrendo uma desvitalização do modelo, sobretudo pela TV a cabo. De acordo com ele, é comum encontrar canais pagos dedicados exclusivamente à arte clássica. A variante mais usual da matriz da alta cultura busca colocar o classicismo na programação infantil ao ofertar desenhos animados classificados como de alto potencial educativo e cultural. Porém, as emissoras públicas têm que lidar com o crescente atrativo da televisão temática, como Cartoon Network e Discovery Kids.

Outra matriz de programação é da propaganda político-governamental. Segundo Fernandez, enquanto que na Europa, a televisão pública surgiu no período pós Segunda Guerra Mundial (1939-1945), e adquiriu um *status* mais autônoma, na América Latina, os

canais públicos foram, em grande maioria, criados por regimes ditatoriais com a finalidade política. “A TV esteve a serviço do caudilhismo político” (FERNANDEZ, 2002, p.173).

Os programas produzidos e exibidos, nesse tipo de matriz, derivam das diretrizes que são estabelecidos pelo partido que ocupa o governo e não pela equipe do canal. As decisões de programação, que dizem o que deve ser colocado ou retirado do ar, consideram especificamente o retorno que determinada emissão pode gerar no âmbito político-partidário. Fernandez explica que a intromissão dos agentes políticos vai da grade à abordagem feita nos telejornais. Segundo ele, a emissora existe porque não há autonomia dos gestores para dirigir o veículo. Indicados pelo governo, os diretores do canal têm ainda que lidar com um orçamento oriundo de uma verba pública de volatilidade anual, definida de acordo com as tendências de cada momento. A emissora tem sua identidade marcada pela dependência do governo do turno e a vinculação partidária (Ibidem).

No entanto, a televisão e sua programação devem transcender o governo. Segundo Fernandez, o primeiro passo para alcançar tal objetivo é por meio de um estatuto jurídico que garanta autonomia e permita a emissora estar livre das ingerências que possam advir de qualquer forma de poder. Para ele, a diretoria deve representar uma legítima diversidade das sensibilidades políticas e culturais da sociedade e ser inamovível. Fernandez ressalta também que o pessoal que compõe o veículo precisa ter conhecimento técnico, ser profissional, gozar de estabilidade e ter seu trabalho avaliado conforme indicadores econômicos, socioculturais e de audiência.

Só assim para estabelecer uma televisão marcada pela diversidade na programação, na abordagem de cada assunto e no atendimento das necessidades do público. “Uma programação, com o objetivo de informação plural, procura espaços de informação e de discussão dos problemas sociais para avançar em direção a políticas nacionais para enfrentá-los, ao invés de pretender utilizar a TV como propaganda ideológica partidária” (FERNANDEZ, 2002, p.176).

No entanto, a superação dos modelos de programação apontados anteriormente não é simples. Para os dirigentes de cada emissora que desenvolve um dos modelos de programação listados por Fernandez, a missão pública já está sendo cumprida. Na matriz educacional-formal, a preocupação de haver conteúdo educativo na televisão é legítima. Da mesma forma que o conteúdo da alta cultura pode ser justificado. Já a matriz política carrega consigo a desculpa de oferecer ao cidadão informação para o debate público de questões de âmbito nacional.

A questão que surge então é: como estabelecer um verdadeiro projeto de televisão pública capaz de permitir que a política de programação não seja programação política?

A resposta vem do exemplo da Televisão Nacional do Chile, a TVN. A emissora surgiu como um veículo público, mas tinha funções partidárias. Ela entrou no ar em 1970 e foi usada pelo governo dos presidentes Salvador Allende (1970-1973) e Augusto Pinochet (1974-1990) como extensão das ações políticas. A história do canal mudou a partir de 1990 com o presidente eleito Patricio Alwyn (1990-1994), que mesmo com a necessidade de afirmar seu governo diante da população abriu mão da emissora e a transformou efetivamente em um veículo público ao dotá-la de autonomia administrativa e financeira, como descreve Otondo (2012).

As principais mudanças estruturais foram as seguintes: criação de um conselho diretor indicado pelo Presidente da República, mas ratificado pela minoria do Senado; criação de mecanismos de financiamento para produção, por meio de seleção pública; gestão passou a lidar com a exigência semelhante de um veículo privado, mas sem a necessidade de obter lucros a todo custo; e o orçamento deixou de ser unicamente uma destinação pública anual e passou a contar com publicidade de mercado (Ibidem).

Ainda segundo Otondo, houve a transformação jurídica da TVN. De uma estatal, ela passou para uma empresa pública regida pelas leis de mercado. Conforme a pesquisadora, o canal chileno passou a competir em diversos horários pela audiência. A lógica para alcançar esta audiência passou a ser a produção de programas com base em critérios de qualidade. Ou seja, se há qualidade na informação e no conteúdo haverá audiência. O que, por sua vez, gera o retorno financeiro para a emissora reinvestir em produção, aprimoramento técnico e pessoal. Segundo Otondo, na América Latina, produzir programas para a grade de programação de uma televisão pública raramente foi considerado como uma atividade de natureza econômica, mas, principalmente, com finalidade cultural, educativa, de valor social e política.

A reforma da TVN foi fruto de uma clara vontade política de mudança radical, pela via legal, quebrando um padrão autoritário usual na América Latina. Três pontos básicos nortearam a busca de um novo modelo: ruptura com o modelo estatal, gestão democrática da empresa – ou seja, representação democrática e plural na gestão e na programação – e independência financeira do governo para garantir o cumprimento da missão: ser a televisão de todos os chilenos (OTONDO, 2012, p.102).

Otondo define da seguinte forma o perfil jurídico-institucional da TVN:

Tabela 2. Perfil jurídico-institucional da TVN:

Natureza do canal	Público
Propriedade	Estado – o patrimônio é do Estado
Financiamento	Mercado
Gestão Institucional	Conselho indicado pelo Executivo e Senado
Direção Executiva	Indicação do Conselho
Auditoria de contas	Independente, regime de sociedade aberta
Funcionários	Contratos, regime de empresa privada
Administração	Independente, gestão empresarial
Grade de programação	Com publicidade
Conteúdos principais	Jornalismo/variedades
Produção	Parcialmente terceirizada
Website	Atas e contas e publicadas

Fonte: OTONDO, 2012, p.109

Para Otondo, a TVN conseguiu colocar a televisão pública definitivamente dentro da casa do povo chileno. A emissora deixou de ser um canal marginal, propriedade dos governos, para cumprir uma função de Estado. A condição de disputar os primeiros lugares da audiência mostra que a Televisão Nacional do Chile passou de um canal que era braço político da ditadura de Pinochet para ocupar, a partir da década de 1990, uma posição mais relevante na sociedade e, em especial, no dia a dia da população.

Na programação, a prioridade da TVN foi dada ao jornalismo, programas de entrevistas, debates e pesquisa. A diferença fundamental com o que era praticado anteriormente é que graças ao projeto de televisão que definiu como objetivos a autonomia financeira, independência política e representação plural, a programação converteu-se em um bem social (Ibidem).

Atualmente, é possível encontrar na grade diversos gêneros, como jornalismo, telenovela, *talkshow*, programas esportivos, desenhos animados, séries, sessões de cinema para produção independente e documentários. Não há imposição sobre um gênero ou tema que se apresenta melhor ou superior ao outro, como acontece nas matrizes apresentadas por Fernandez. A TVN utiliza o seguinte princípio: os programas massivos devem subsidiar os programas seletivos. Assim, o horário da telenovela, por exemplo, é responsável por convidar o público para assistir ao documentário e o telejornal. Também são os programas de maior atratividade que mantém financeiramente aqueles de menor potencial econômico (Ibidem).

Os apontamentos sobre a BBC e a televisão chilena mostram o quanto a ordenação institucional influi no que surge na tela. Mazziotti (2002) afirma que o projeto de televisão, que institui cada canal público, deve conter tanto o método de funcionamento administrativo e jurídico, quanto os critérios que vão regular a programação.

A autora diz que, a princípio, não existe um tipo de gênero que não possa ser colocado em uma emissora pública nem privada. Tudo depende inicialmente dos fatores que vão determinar a identidade de cada veículo. No caso da TV pública, a programação, a seleção dos gêneros e a forma de produção devem estar alicerçados em critérios de qualidade.

No caso do campo público da televisão, a palavra qualidade sempre aparece em leis, estatutos e outros tipos de documentos que normatizam a atividade de cada veículo.

No entanto, o uso do termo qualidade em televisão é complexo, segundo Machado (2000). O pesquisador lista sete maneiras possíveis de compreender o que é qualidade. (1) Ele afirma primeiro que a palavra pode representar um conceito técnico. Qualidade seria, então, a capacidade de usar bem os recursos expressivos do meio - uma boa fotografia, roteiro coerente, uma interpretação interessante dos atores, entre outros. (2) Qualidade também pode se incorporar a questões estratégicas do marketing e ser a capacidade de detectar as demandas de audiência (análise de recepção) ou as demandas da sociedade (análise da conjuntura) e transformá-la em produto. (3) Outra vertente de pensamento vê a qualidade na televisão como uma forma para explorar os recursos de linguagem em um aspecto inovador, como requer a abordagem estética. (4) Há também a abordagem chamada de “ecológica”. Nesse caso, a qualidade está identificada como o ponto de vista dos educadores religiosos que preferem privilegiar os aspectos pedagógicos e os valores morais de conduta que a televisão está potencialmente apta a promover. (5) A qualidade pode localizar-se também no poder de gerar mobilização em torno de temas de interesse coletivo. (6) A qualidade pode ser encontrada em programas e fluxos televisuais que valorizem as diferenças, as individualidades, as minorias, os excluídos, em vez do estímulo ao consumo. (7) Por fim, o conceito de qualidade na TV pode estar na diversidade, o que significa dizer que a televisão seria aquela que abrisse oportunidades para o mais amplo leque de experiências diferenciadas.

Essa ideia da diversidade é a mesma utilizada por Mazziotti. Conforme aponta, a qualidade na programação da televisão pública deve estar associada à diversidade que existe em três aspectos: a) diversidade substancial, capacidade de o canal dar acesso a múltiplas vozes; b) diversidade nos tipos de programas: romper com a excessiva padronização de gêneros; c) diversidade estilística: tentar desenvolver estilos próprios e explorar a capacidade elástica dos gêneros.

A multiplicidade de vozes indica que a televisão pública deve buscar gêneros que permitam diferentes grupos sociais e étnicos terem acesso ao canal. Nesse sentido, nos canais generalistas, espaços de debate, como programas de entrevista e sessões de filmes dedicadas a documentários são bem-vindos por dar condições de mostrar múltiplos atores da sociedade.

Pode haver também canais públicos fragmentados, destinados para grupos de minoria social. Em situações como essa, a lógica do pluralismo é observada em sentido mais amplo. A emissora passa a representar um espaço dentro da televisão para um grupo que não é atendido ou plenamente representado nos veículos privados. Mesmo em tal ocorrência, não há necessidade de fechar os dispositivos genéricos, atribuindo um ou dois modelos para produção de programas e formatação da grade. O programador do canal e os produtores podem se valer dos mais variados gêneros ainda que o canal seja dedicado a um público em especial<sup>15</sup> (UNESCO, 2006).

De acordo com Mazziotti, a flexibilização dos gêneros faz com que haja uma adequação entre os objetivos do canal e as características que norteiam a televisão pública. Para a pesquisadora, o canal público precisa aproveitar a condição elástica dos gêneros para pensar em como adaptá-los à sua identidade. Não existe gênero impuro. Tudo decorre da maneira de utilização deles como uma estratégia de comunicabilidade.

Segundo Mazziotti, o que acontece, normalmente, na América Latina é uma padronização excessiva, algo que as matrizes de programação fazem ao considerar legítimo apenas a televisão educativa, cultural e política. Na verdade, a TV pública deve entender que os diversos gêneros, mesmo aqueles que estão vinculados ao entretenimento, não devem ser prescindidos.

Dois exemplos já citados, neste texto, reforçam a análise. BBC e TVN exibem os mais variados gêneros. A emissora britânica produz e veicula *O Aprendiz*, programa que se enquadra como *reality show*. Já a TVN tem espaço para séries e telenovelas. Ambos produtos podem parecer inadequados para a televisão pública, caso o projeto que oriente o canal tenha um fundamento moralista e concebido com base no imperativo da alta cultura.

Mazziotti chega a fazer uma proposta de utilização dos gêneros para a televisão pública. Para os gêneros informativos, ela diz que “ao invés da simples leitura, com um apresentador ou apresentadora com atributos telegênicos, é preferível uma produção que

---

<sup>15</sup> Um exemplo citado no estudo da Unesco de canal público fragmentado é a TV Maori. Esse povo corresponde a 20% da população da Nova Zelândia, porém, é pouco retratado nos veículos privados. O canal público dedicado a esse grupo começou a operar em 2004 financiado pelo governo. O custo até 2009 foi de 45 milhões de dólares. A audiência indica que 65% dos Maoris acompanham as transmissões. Os programas mais populares são aqueles que tratam da arquitetura, alimentação e idioma.

recorra a entrevistas com especialistas, peritos que possam informar e opinar sobre um assunto” (2002, p.217). O recomendado é a contextualização das notícias por programas do tipo *current affairs* (assuntos do momento). Ela defende ainda a veiculação de notícias e debates relacionados à América Latina, de modo a favorecer uma maior integração na região.

Para os gêneros que lidam com a ficção, Mazziotti argumenta que a programação ficcional enriquece a vida do telespectador ao oferecer outros mundos possíveis. Nada pode ser desprezado. Novela, comédia familiar, de situações, de equívocos, ficção científica, terror, aventura policial fazem parte da lista de gêneros que podem ser trabalhados.

Se a ideia é produzir uma novela, por exemplo, o diretor, roteirista e toda equipe de produção não devem se esquecer das regras que esse tipo de produto carrega e sua vinculação com o melodrama. Para a televisão pública, porém, a história deve ter elementos que alcancem o objetivo de fortalecer o exercício da cidadania. Pode ser, segundo Mazziotti, a abordagem da diversidade cultural, sobre o meio ambiente, de temas ligados a saúde ou analfabetismo.

Os produtores não podem se esquecer, no entanto, que o público assiste a uma novela porque ela entretém, emociona, gera suspense e distração. Encher o roteiro de uma intencionalidade formativa, educativa e cívica pode significar a perda da audiência. “O melhor seria tentar, partindo do reconhecimento do potencial comunicativo da novela (...) escoar pequenas doses de elementos que procurem conduzir a interrogação, ou que despertem a curiosidade” (MAZZIOTTI, 2002, p.220).

Mazziotti também destaca os gêneros da televisão “verdade”, aqueles que permitem que pessoas comuns apareçam na tela, pessoas anônimas, que praticamente jamais têm acesso à TV como protagonistas. “Dar a elas o lugar de narradores, de protagonistas de suas próprias histórias, é um papel que um canal público deve (e pode) cumprir.” (MAZZIOTTI, 2002, p.227). Conceder espaço para esses gêneros é importante porque na televisão privada, normalmente, os grupos marginalizados são apresentados de modo caricatural, exótico, bizarro ou a partir de um relato violento, como os programas policialescos.

A abordagem de Mazziotti sobre os gêneros se aproxima da visão de Martin-Barbero (2002) sobre a programação na televisão pública. Barbero coloca como primordial para a televisão pública ser capaz de eliminar os pactos e arranjos políticos para converter-se em um meio vital da percepção e participação cidadã. Essa interferência política é o que faz, segundo o autor, haver na televisão latino-americana uma concepção moralista em torno da televisão. As elites consideram que a função do meio deve ser, no campo público, educar as massas. Daí, a proliferação de programas educativos e classificados de cunho cultural.

No entanto, para Martin-Barbero, a cultura não pode ser abordada em uma faixa de programação específica, mas ser resultado de um projeto que atravessa um conteúdo exclusivo e alcança todos os gêneros. A televisão deve ser capaz também de tornar-se um meio de democratização de saberes e linguagens e abrir caminho para ser alfabetizadora da sociedade nas diversas formas de escrita audiovisual.

A televisão excessivamente cultural, ou seja, aquela que prima por programas vinculados à alta cultura pode se constituir em uma barreira para o público da televisão aberta. Os telespectadores podem se sentir intimidados diante de um sintagma que se coloca um degrau acima (WOLTON, 1996). É como uma conversa em que um dos interlocutores assume uma postura excessivamente formal e erudita, por acreditar ser mais dotado de conhecimento.

Deriva dessa situação um dos motivos mais frequentes para a baixa audiência da televisão pública. Colocar-se distante do público e não reconhecer que ela deve estar incorporada ao cotidiano. É certo, entretanto, que os veículos públicos não têm a busca por números altos de audiência como primazia, mas abrir mão de alcançar o telespectador é transformar a emissão televisual em um monólogo.

A programação de um canal público não é, portanto, algo gratuito, originado de interesses particulares, mas resultado de uma série de entendimentos colocados dentro do projeto de cada veículo. Esse projeto se origina de uma visão sobre o papel que a televisão vai desempenhar dentro da sociedade. Se for vinculada a uma das matrizes tradicionais de programação da América Latina, essa visão vai assumir uma postura voltada ao didatismo, ao classicismo ou ter cunho político. Se forem respeitadas as características fundamentais do serviço público na televisão, ela vai criar meios para uma gestão mais autônoma e, conseqüentemente, ter um alcance temático amplo<sup>16</sup>.

## **2.2 A questão do financiamento e da autonomia**

Não se faz televisão sem dinheiro. No campo privado, fatores como os índices de audiência e o alcance do sinal são alguns dos elementos que contribuem para estabelecer a precificação do anúncio que, por sua vez, vai permitir a manutenção do veículo. Via de regra, também, a disputa comercial entre as emissoras começa por colocar no ar o programa que seja

---

<sup>16</sup> Vale lembrar que nas análises teóricas sobre televisão pública não há qualquer proibição à veiculação de programas educativos, culturais ou que abordem política. No entanto, a crítica que existe é quando esses temas são apropriados por grupos políticos ou assumem uma certa postura elitista em um projeto de televisão. O que a Unesco sugere em seu estudo sobre radiodifusão pública é a criação de faixas múltiplas, capazes de lidar com as variadas audiências.

mais atraente para capturar e segurar a audiência, mas que, por outro lado, seja economicamente viável.

Na televisão pública, a questão do financiamento do veículo é mais complexa, por envolver o método de organização legal do veículo. No caso da BBC, por exemplo, cada residência britânica paga uma taxa que é revertida para a instituição. Este modelo é, segundo a Unesco (2006), a melhor maneira de permitir a liberdade governamental e comercial.

A forma de trabalho inglesa criou em algumas nações do *Commonwealth*<sup>17</sup> modelos híbridos de financiamento, mas que tem sua origem baseada na *license fee*. Na TVNZ, da Nova Zelândia, o modelo de licença vigorou até 1999, quando foi anulada. Desde então, o canal recebe parte dos recursos direto do orçamento do governo e outros são captados em fontes para produção de conteúdos específicos.

Uma visão ampla dos diversos sistemas de radiodifusão pública existentes no mundo está descrita no trabalho de Toby Mendel, intitulado *Serviço público de radiodifusão: um estudo comparado* (2011). Mendel demonstra em sua pesquisa o quanto a ordenação do financiamento varia entre cada país.

Na França, houve a exclusão da publicidade comercial. Lá, assim como na Inglaterra, há também a obrigatoriedade por parte do público do pagamento de uma taxa anual. Esse valor é complementado por repasse direto de recurso do orçamento advindo de várias linhas que tem o objetivo de fomentar o audiovisual.

No Japão, a NHK, também é proibida de transmitir publicidade em sua programação. O valor que subsidia o veículo é originário de uma taxa paga pelo público. De acordo com Mendel, anualmente a emissora prepara um orçamento que é submetido ao Ministério do Interior e das Comunicações. O órgão apresenta o documento ao parlamento que só pode realizar cortes após questionar o canal sobre os demonstrativos de despesas.

A South African Broadcasting Corporation (SABC), emissora pública da África do Sul, é autorizada a receber anúncios, patrocínios e doações. Em 2008 e 2009, a emissora captou cerca de 680 milhões de dólares. Apesar do número expressivo, Mendel conta que os gastos do período superaram as receitas. O desequilíbrio no orçamento obrigou a SABC a buscar ajuda do governo para financiar suas atividades.

O exemplo de financiamento inovador, na concepção do pesquisador, é da Tailândia. A ThaiPbs recebe uma verba oriunda de impostos cobrados sobre a venda de bebidas alcoólicas e tabaco. A taxa é de 1,5% sobre o valor do produto. Ela rende cerca de 70 milhões

---

<sup>17</sup> *Commonwealth*: Organização intergovernamental que reúne 53 países, a maioria ex-colônias britânicas.

de dólares ao ano. Para Mendel (2011, p.79), “um imposto sobre ‘vícios’ oferece uma alternativa interessante por ser relativamente isolado de interferências políticas (pelo menos em comparação a um subsídio direto do governo) e pode gerar menos reação negativa do público”.

A deficiência do método tailandês é porque o Ministério das Finanças tem o poder de controlar o índice de cobrança da taxa. Além disso, a inflação ou deflação que venha a incidir sobre os produtos tarifados tem impacto no índice de faturamento.

A Corporation Broadcasting Canada (CBC), emissora pública canadense, é financiada por meio de recursos públicos originários de subvenção direta do governo. A cada ano a CBC apresenta seu orçamento ao Ministério correspondente. Esse plano de despesas pode ser aprovado ou modificado pelo Colegiado do Tesouro e, também, pelo parlamento. Caso modificado, a CBC apresenta um plano empresarial, de acordo com o financiamento efetivamente alocado.

Mas essa não é a única fonte de recursos. No ano fiscal de 2010, o financiamento público para a CBC foi de 1,124 bilhão de dólares. O que equivale a cerca de 64% do total de suas despesas para aquele ano. Outros 17% do financiamento total originaram-se de receitas de publicidade. Há também valores que vieram de outras fontes comerciais, como licenciamento de produtos e aluguéis de propriedades.

Na avaliação de Mendel, as variadas formas de financiamento têm suas vantagens e desvantagens. A taxa de licença de uso proporciona níveis consistentes de financiamento ao longo do tempo. A dificuldade de implementação é o que depõe contra esse modelo.

Uma alternativa, apontada pelo pesquisador, é o método que permita receber recursos públicos e também publicidade. É o caso da África do Sul e do Canadá. No entanto, Mendel (2011, p.101) alerta que “se as emissoras de serviço público forem forçadas a competir abertamente no mercado comercial, elas inevitavelmente terminarão assemelhando-se às emissoras privadas, abandonando o seu mandato e perdendo, assim, a própria razão de sua existência”.

Paralelo ao que é praticado na Europa, África e Ásia, há na América Latina uma quantidade de modelos de financiamento dos meios públicos. A TVN, no Chile, é mantida por meio da publicidade. Na Argentina, a TVP, também segue um esquema semelhante.

O entendimento da Unesco (2006) é que, cada vez mais, os serviços de radiodifusão pública tendem a adotar formas mistas de financiamento, que seria recursos públicos mais publicidade. Segundo o documento da entidade, independente da forma de obtenção de recursos, a emissora precisa contar com entidades regulatórias livres de interferências

políticas e que possa garantir a participação da sociedade civil. Mendel (2011) também compartilha desta lógica. Em seu modo de olhar, é fundamental que o canal tenha que prestar contas regularmente ao público sobre as suas atividades - além das prerrogativas usuais que deve fazer, como responder questionamentos que venham do parlamento.

Na prática, isso significa ter órgãos consultivos e deliberativos, como um conselho, que possa debater a programação e a gestão da emissora. Na mesma linha, a existência de um ombudsman colabora para uma revisão contínua dos processos e atividades desempenhadas pelo canal, assegurando práticas correspondentes a um veículo público.

O argumento é de que, ao ter representantes da sociedade civil na gestão da emissora, a influência política seria suprimida. Apesar da colaboração dos conselhos e ouvidorias, a autonomia está assentada sobre uma fina equação que envolve financiamento, forma de seleção e manutenção dos gestores, dos funcionários e dos conselheiros. De nada adianta ter uma taxa de licença, por exemplo, que garantiria mais controle sobre o orçamento, se os gestores podem ser destituídos no interesse do governo. Também não se pode dizer que um conselho de representantes da sociedade civil que mantém membros com mandato quase que vitalício seja legítimo, uma vez que ao passar do tempo o interesse individual tende a suplantar o coletivo. Os funcionários também tem seu papel na construção da autonomia. Se eles não dispõem de segurança sobre a estabilidade e continuidade dos seus empregos, pouco poderão colaborar na revisão de processos e na defesa do conteúdo do canal.

Um exemplo interessante a ser observado é a CBC. Segundo Mendel (2011), a pedra angular da radiodifusão canadense é a lei que criou a Comissão Canadense de Rádio, Televisão e Telecomunicações (CRTC), para supervisionar e administrar a política de radiodifusão e a Canadian Broadcasting Corporation, como a emissora de serviço público do Canadá. Como aconteceu na Inglaterra, a CBC foi criada inicialmente para atender o serviço nacional de rádio. Foi no ano de 1936. De lá para cá, as atividades da CBC se diversificaram. A CBC tem duas redes principais de televisão: a CBC Television e a Télévision de Radio-Canada. A primeira é em inglês e a outra em francês. Ambas oferecem notícias e programas dos mais variados gêneros. A CBC ainda dispõe de duas redes de notícias a cabo: a CBC News Network, em inglês, e a Le Réseau de l'Information (RDI), em francês<sup>18</sup>.

As diretrizes da CBC obrigam os canais a adotar uma programação nos seguintes parâmetros:

---

<sup>18</sup> Além dos serviços em inglês e francês, a CBC tem conteúdo disponível em oito línguas aborígenes no rádio e na televisão e um serviço de notícias online em sete idiomas.

- (i) ser predominante e distintivamente canadense;
- (ii) refletir o Canadá e suas regiões para as audiências nacionais e regionais, porém servindo também às necessidades especiais dessas regiões;
- (iii) contribuir ativamente para o fluxo e o intercâmbio de expressões culturais;
- (iv) ser em inglês e em francês, refletindo as diferentes necessidades e circunstâncias de cada comunidade dessas duas línguas oficiais, incluindo as necessidades e as circunstâncias especiais de minorias linguísticas que falam inglês e francês;
- (v) buscar ter uma qualidade equivalente em inglês e em francês;
- (vi) contribuir com uma consciência e identidade nacional compartilhada;
- (vii) estar disponível em todo o Canadá pelos meios mais apropriados e eficientes e ter os recursos disponíveis para os seus propósitos; e
- (viii) refletir a natureza multicultural e multirracial do Canadá (CBC *apud* MENDEL, 2011, p.34).

O elenco das diretrizes reside em um aspecto histórico. O Canadá foi durante muitos anos alvo dos programas de televisão americanos. Transmitidos em rede aberta direto dos Estados Unidos, eles alcançavam diretamente as cidades na fronteira e todo o país através de retransmissoras. A Canadian Broadcasting adotou medidas para reagir. A principal foi a oferta de programas criativos, conteúdo destinado às minorias sociais e produções capazes de representar a identidade nacional (Ibidem).

A lógica que a emissora trabalha é que os programas devem refletir a diversidade e complexidade cultural do povo do seu país (UNESCO, 2006). Isso resultou em uma programação diversificada. Observando a CBC Television, maior canal público geralista canadense, é possível notar que a grade é composta por musicais como *CBC Music Backstage*; telejornais com notícias locais, nacionais e internacionais; documentários; programas de opinião e debate, como o *Mansbirge one on one*; conteúdo infantil, como *Arthur*, *Bookaboo*; cobertura esportiva com futebol e hockey; comédia, como *22 minutes* e *Mr. D*; e séries.

Em termos de organização interna, a CBC tem um conselho, nomeado como colegiado de diretores, formado por até 12 membros de todas as regiões do país, sendo que eles devem ser considerados cidadãos de destaque nos campos do direito, medicina, contabilidade, negócios e artes. O órgão detém a responsabilidade de fazer a análise do conteúdo e acompanhar a gestão da empresa.

De acordo com Mendel (2011), o colegiado tem demonstrado independência em relação ao governo. A CBC possui também uma ouvidoria com a finalidade de acompanhar as reclamações do público e fazer a análise dos conteúdos produzidos e veiculados. A análise contínua desses setores da CBC tem o objetivo de evitar que a programação se torne propriedade dos anunciantes ou do governo, uma vez que o meio de financiamento dela é misto.

Para a emissora canadense, as formas de financiamento não podem se converter em pressões que interfiram na escrita audiovisual. A concepção da CBC é que as ondas, por onde transitam os sinais de rádio e TV, pertencem ao povo e não podem ser apropriadas por pessoas ou grupos, sob o risco de não garantir o atendimento da missão da emissora.

Seguindo a proposta estabelecida por Otondo, o perfil jurídico-institucional da CBC Television é composto assim:

Tabela 3. Perfil jurídico-institucional da CBC:

Natureza do canal	Público
Propriedade	Patrimônio do Estado
Financiamento	Orçamento público e publicidade
Gestão Institucional	Presidência e diretores nomeados pelo gabinete federal
Sistema de controle	Conselho de diretores e ouvidoria
Auditoria de contas	Interna e externa
Funcionários	Contratos
Grade de programação	Com publicidade
Conteúdos principais	Jornalismo e entretenimento
Produção	Própria, coprodução, licenciamento
Website	Prestação de contas e atendimento ao público

Fonte: Elaborado pelo autor com base nas indicações de Mendel (2011) e Unesco (2006).

Ao verificar a questão do financiamento na experiência brasileira, é possível perceber como o Estado sempre tratou o campo público da radiodifusão. Por um longo tempo, os canais públicos resultaram de experiências isoladas em algumas unidades da federação, sem uma organização nacional plena, como aconteceu nos países citados. Esse aspecto está relacionado diretamente à configuração do meio televisão no Brasil.

Ao contrário da Europa, no Brasil, a televisão nasceu como um meio privado. Em 1950, o proprietário do grupo Diários Associados, Francisco Assis Chateaubriand Bandeira de Melo (1892-1968), inaugurou a PRF-3, que viria a se tornar pouco depois a TV Tupi. Apesar de privada, a televisão no país tem uma dependência latente do Estado. No livro *História da Televisão Brasileira*, Sérgio Mattos (2010), ao traçar o percurso da mídia no Brasil durante mais de 60 anos de história, diz que a televisão é dependente das verbas publicitárias oriundas dos cofres públicos.

Por consequência, as emissoras que realmente são de propriedade pública foram relegadas a um espaço marginal com limitado apoio financeiro, sem possibilidade de captar recursos privados e cumprindo a função unicamente de veicular conteúdo educativo.

Eminentemente privada, a televisão brasileira caracterizou-se, desde o princípio, como veículo publicitário, seguindo o modelo comercial norte-americano. Mattos conta que nos primeiros anos os anunciantes determinavam quais e como os programas deveriam ser produzidos, além de contratar artistas e diretores. Era comum, também, nas primeiras décadas, que os programas fossem identificados pela empresa financiadora. Havia *o Repórter Esso*, *Telejornal Pirelli*, *Telenotícias Panais*, *Gincana Kibon* e *Sabatina Maisena*.

A ingerência das empresas, segundo Mattos, nunca se findou. Segundo ele, as redes de TV continuam a sofrer influência dos anunciantes nas decisões sobre a programação. Elas convidam profissionais da publicidade para assistir aos pilotos e usam a reação deles como um barômetro. Os apontamentos passam por sugestão que vão da definição do horário ao conteúdo.

A força do privado inibiu a expansão do campo público da televisão. Na verdade, durante anos, a televisão pública no Brasil só poderia ser implementada a partir de uma outorga de canal educativo. Isso porque, a partir do final da década de 1960, diversos grupos nos Estados Unidos passaram a descrever o potencial da televisão como instrumento para levar educação à população, como explica Valente (2009). O pesquisador cita a resolução da 1ª Reunião da Comissão Interamericana de Telecomunicações que pontuou que a televisão seria adequada para distribuir conteúdo educativo em países de vastas extensões territoriais.

O discurso foi replicado no Brasil. Dessa forma, com o espectro dominado por emissoras privadas, o resultado foi a constituição do campo público com a ideia unicamente de atender às prerrogativas da tele-educação, com limitado apoio financeiro e proibida de veicular publicidade (Ibidem).

No Decreto-Lei 236, de 1967, foi feita a reserva de canais nas capitais brasileiras e cidades com mais de cem mil habitantes, para que fossem operados apenas pela União, estados, municípios, universidades e fundações brasileiras. O texto legal também estipula que a programação deveria ser para transmitir programas educacionais, como aulas, conferências, palestras e debates. A norma estabelece o caráter não-comercial do serviço e proíbe qualquer tipo de propaganda. O marco para o início da televisão pública no Brasil é a criação da televisão universitária de Pernambuco, a TVU-UFPE, no ano seguinte que o decreto foi publicado.

A TVU de Recife nasce mirando a alfabetização dos grandes contingentes de pessoas que não sabiam ler em Pernambuco na segunda metade da década de 1960. Em sua primeira fase, manteve uma grade com 20 programas, entre eles: *Sala de Visitas*, *O Grande Júri*, *Nos Mundo das Artes* e *Isto é Universidade* (VALENTE, 2009, p.61).

Outra experiência estadual é a TV Cultura de São Paulo. No mesmo ano que foi criada a TVU, em Recife (PE), a Fundação Padre Anchieta comprou dos Diários Associados a emissora paulista. A estreia como um canal da Fundação foi em 15 de junho de 1969. No texto *A história da TV Cultura em quatro fases: de 1969 a 2006*, Liana Rocha (2010, p.19) argumenta que ao longo do percurso a Cultura foi palco de disputas de ordem econômica, intelectual e política. Segundo ela, surgida quatro anos após a instalação do Regime Militar (1964-1985), a primeira fase da TV é marcada por “uma filosofia conservadora com produção voltada para os interesses da elite dominante”. Na prática, isso significa a adoção de uma política de programação baseada na ideia de educação das massas.

Essa visão se encontra próxima ao que Otondo define para a TV Cultura. De acordo com ela, em sua concepção original, a TV Cultura não era um televisão de governo, nem de Estado, mas educativa e cultural destinada à educação de massa à distância. Os programas tinham como público-alvo jovens e adultos “marginalizados da rede escolar” e a missão de oferecer aos professores métodos mais modernos de ensino.

Na segunda fase, conforme a classificação de Rocha, com a intensificação do poder do governo militar, a emissora sofreu com contínuas intervenções. Um dos casos citados por Rocha aconteceu durante a gestão de Paulo Maluf (1979-1982), a TV Cultura foi beneficiada com liberação de verbas, aquisição de equipamentos e ampliação da rede no interior de São Paulo. “Evidente que tais benefícios não seriam ofertados gratuitamente, em troca, o governo exigia mais espaço na programação” (Rocha, 2010).

A terceira fase é caracterizada por um impacto significativo no ritmo de produção na gestão do presidente da Fundação, Roberto Muylaert. “É partir desse momento que a programação da TV Cultura sofre alterações que a deixam mais informativa e menos educativa. O público infanto-juvenil se torna o foco principal da emissora, que agora veicula também séries produzidas no Brasil e no exterior” (ROCHA, 2010, p.10).

A quarta fase registrada por Rocha começa com a crise econômica enfrentada pelo presidente da TV Cultura Jorge Cunha Lima, durante o mandato do governador Mário Covas (1995-2001) e que se estendeu até o início dos anos 2000. A pesquisadora conta que, no início de 2003, cerca de 250 funcionários foram demitidos e a TV teve problemas diversos: “a caixa-d’água da emissora que estava a ponto de cair, a reutilização de fitas de vídeo que continham programas históricos e os estúdios vazios no período da manhã por total falta de equipes” (ROCHA, 2010, p.14).

De acordo com Rocha, o impacto para o telespectador foi com o aumento no número de reprises. Por exemplo, durante mais de um ano, o programa *Vitrine* exibiu retrospectivas dos melhores momentos e quase nenhuma novidade. Até o público-alvo preferencial da emissora foi atingido. O infantil *Ilha Rá-Tim-Bum* não fez o sucesso desejado, por outro lado, as reprises do *Castelo Rá-Tim-Bum* deram mais audiência que o programa inédito (ROCHA, 2010, p.14-15).

Otondo (2012) lista quatro fatores que se constituem em barreira para a autonomia institucional da TV Cultura e que impacta na produção e programação: o financiamento, o processo sucessório, a composição do conselho curador e a falta de transparência na Fundação. Em relação ao orçamento, a emissora tem como principal mantenedor o Estado de São Paulo. Otondo lembra que o decreto 50.659/2006 incluiu a Fundação na estrutura da Secretaria Estadual de Cultura. Cabe ao órgão, aprovar os planos e programas da emissora. A liberação de verba segue, portanto, diretrizes que interessam ao próprio governo à medida que ele é o principal financiador do veículo e o envio de recursos não é feito por uma decisão objetiva.

Nos anos 2000, houve um aumento gradativo da participação de outras fontes na composição do orçamento. Porém, segundo Otondo (2012, p.244-245), mesmo com publicidade, patrocínio e serviços, as contas são difíceis de fechar. O resultado é o número de crises internas e externas e uma programação irregular. “Sem mencionar o prejuízo daquilo que se deixou de fazer, dos programas parados, inacabados, equipes dispensadas, projetos à deriva... e um imenso cabedal de *savoir faire* que se perde”.

O processo sucessório é outro entrave. Para Otondo, a mudança de presidente ou a renovação de mandato a cada três anos altera o organograma da Fundação e da TV Cultura. Segundo ela, as mudanças no quadro de pessoal, em particular as alterações dos gestores, têm impacto direto na cadeia de produção. “Basta ler os jornais. Pouco depois da posse do novo presidente começam os rumores, que aos poucos indefectivelmente vão se concretizando. Nessas condições, o esforço cotidiano dos funcionários da base para colocar um programa no ar é incomensurável, anônimo, e não reconhecido. Torna-se a inventar a roda a cada vez” (Ibidem).

Quanto ao conselho curador e a falta de transparência, Otondo analisa que o “conselho não passa de um órgão opaco e secreto, quando não meramente honorário” (Ibidem). Ela afirma que a transparência deveria ser a base para legitimá-lo. No entanto, Otondo diz que, ao longo do tempo, os conselheiros foram cooptados pela influência política, o que atrasa o amadurecimento da administração da Fundação.

Tabela 4. Perfil jurídico-institucional da TV Cultura:

Natureza do canal	Televisão pública
Propriedade	Fundação de direito privado
Financiamento	Governo, mercado, serviços
Conselho	Eleito pelos pares + membros natos
Diretoria executiva	Indicação do Conselho
Auditoria	Tribunal de Contas do Estado
Funcionários	Não são funcionários públicos
Administração	Mista público-privada
Grade de programação	Com publicidade
Conteúdos principais	Jornalismo, infantis, cultura
Produção	Parcialmente terceirizada
Website	Sem atas ou contas abertas

Fonte: OTONDO, 2012, p.254

A possibilidade do conselho curador nomear a diretoria executiva é classificada como uma inovação no modelo de radiodifusão pública na América Latina, conforme Otondo. Porém, a pesquisadora afirma que a existência de conselheiros natos acabam por politizar as decisões que deveriam levar em consideração a qualidade do que é produzido e veiculado. A cada gestão é feita a desmontagem do que foi construído anteriormente.

O que significam mudanças de nomes dos cargos – de diretor para coordenador, de departamento para núcleo ou divisão? Certamente uma nova repartição interna de poder e verbas, que obedece a um plano de gestão e implica renovação e reestruturação de quadros. No entanto, ao quebrar cadeias de produção conhecidas e azeitadas, em busca de maior controle, enxugamento e agilidade da máquina produtiva, essas reorganizações internas, em geral bastante radicais e súbitas, provocaram quase sempre momentos de instabilidade, insatisfação e também significativa perda de know how técnico e criativo (Ibidem).

Problemas não muito diferentes são compartilhados pelas diversas emissoras ao redor do país. Segundo a Associação Brasileira de Emissoras Públicas Educativas e Culturais (Abepec), que reúne canais estaduais, o modo de organização jurídico-institucional do campo público no Brasil é múltiplo. Existem desde fundações de relativo porte, como a TV Cultura e o Instituto de Radiodifusão Educativa do Brasil, até emissoras que são administradas por uma Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (Oscip), como foi durante anos a Rede Minas.

No plano municipal, a distribuição de concessões educativa criou emissoras que se apresentam como públicas, mas estão efetivamente ligadas a grupos privados, através de fundações ou universidades. Na cidade de Pirapora, no interior de Minas Gerais, por exemplo,

a TV Rio se apresenta como um veículo público por pertencer a Fundação Educativa e Cultura Emanuel. Na verdade, a emissora é simplesmente uma extensão do braço político do grupo mandatário da região, que mantém o canal no ar para fazer uso do jornalismo. A fundação não tem outra atividade exceto a atividade de radiodifusão.

Coutinho (2013) descreve um cenário parecido em Juiz de Fora (MG). Vinculada a um ente privado, que detém uma concessão de televisão educativa, a emissora local exibe telejornal, programas universitários e aluga espaço para igrejas neopentecostais.

Como a radiodifusão no Brasil é desprovida de um sistema regulatório, as duas emissoras e outras em Minas Gerais e em diversas localidades do Brasil replicam esta prática. Fazem um discurso de que são públicas para conquistar e manter suas concessões, porém repetem o modelo da mídia privada, com a constituição de laços políticos, econômicos e religiosos.

A criação da TV Brasil é embalada pelo desafio de criar uma rede nacional de comunicação pública, estabelecendo um norteador, um padrão de conduta, para o desenvolvimento das emissoras que têm aspirações públicas, mas que encontram dificuldades no seu modo de organização. Porém, como vai ser visto no capítulo seguinte, o desenvolvimento do próprio projeto e a implantação da TV Brasil não estão livres de questionamentos sobre sua autonomia e modo de configuração.

### 3. TV BRASIL

Em geral, a interrogação feita em relação às emissoras de televisão não é sobre o formato da programação, mas como o conteúdo representaria a defesa de determinado preceito ideológico. Fatos na história da televisão brasileira, como o seu surgimento privado em 1950, o vínculo entre o Regime Militar (1964-1985) e a maior emissora de televisão do país – a Globo – nos anos 1960, a distribuição sem controle de canais de rádio e TV na década de 1980, o favorecimento a partidos políticos no início dos anos 1990 e a incapacidade da revisão abrangente do código de radiodifusão, resultaram em um espectro televisivo dominado por interesses exclusivos de poucos grupos (MATTOS, 2010).

É neste cenário que o projeto da TV Brasil surge. Ele tem alguns atores de relevância, ao longo do processo: o Ministério da Cultura, que promoveu o Fórum Nacional de TVs Públicas, onde foi apresentada a Carta de Brasília, documento base para delimitação de alguns dos seus preceitos; a Radiobrás, que foi convertida em Empresa Brasil de Comunicação (EBC), estatal responsável por fazer a gestão da emissora; o deputado federal Walter Pinheiro (PT-BA), relator da medida provisória na Câmara dos Deputados; os ministros da Comunicação e da Secretaria de Comunicação Social da Presidência, Hélio Costa e Franklin Martins, respectivamente; e o primeiro corpo de diretores da EBC.

A emissora entrou no ar em 2 de dezembro de 2007 com uma série de desafios, entre eles construir uma programação “com finalidades educativas, artísticas, culturais, científicas e informativas”, articular a criação da Rede Nacional de Comunicação Pública e “buscar excelência em conteúdos e linguagens e desenvolver formatos criativos e inovadores” (BRASIL, 2008).

Este capítulo tem o objetivo de descrever como surgiu e foi implementado o projeto da TV Brasil. A primeira seção se ocupa da Radiobrás. É feito um resumo da sua história e uma análise sobre os últimos anos de existência da estatal. O item seguinte apresenta como foram as discussões no âmbito do Fórum Nacional de TVs Públicas, no Congresso Nacional e na imprensa, durante o processo de surgimento da nova estatal, que substituiu a Radiobrás, e que ficaria responsável por criar a emissora pública de televisão. Por fim, a pesquisa faz uma descrição de como funciona a TV Brasil. O texto destaca, especialmente, os entraves legais e jurídicos na aquisição e licenciamento de obras audiovisuais, contratação de pessoal e as críticas em torno do investimento do governo e o baixo retorno de audiência.

O texto, ao buscar a gênese da TV Brasil, procura fazer uma análise equilibrada. A descrição empreendida aqui abarca o maior número de visões e críticas possíveis, tanto

favoráveis quanto contrárias ao projeto, para compor um cenário amplo. A intenção não é culpar ou desculpar, mas descobrir e explicar.

### 3.1 Radiobrás: ascensão, decadência e reestruturação

O título deste tópico procura resumir as três fases da história da Radiobrás. A estatal foi criada no período do Regime Militar para coordenar as emissoras de radiodifusão do Poder Executivo. Com o fim da ditadura, uma série de crises se abateu na empresa. Questionamentos sobre a necessidade dela para o novo Estado democrático brasileiro fizeram com que seu patrimônio fosse dilapidado paulatinamente. No final dos anos 1990 e início dos anos 2000, as discussões em torno do papel da comunicação pública no Brasil reacenderam o interesse em torno da estatal.

A descrição sobre a história da empresa e as crises que ela enfrentou estão no livro *Em Brasília, 19 horas* (2008) do professor Eugênio Bucci. Ele foi presidente da Radiobrás, no período 2003 e 2007, e mostra na publicação que parte das dificuldades encontradas para a gestão da empresa decorre da dilapidação do patrimônio sofrido no final dos anos 1980 e início de 1990.

Até pouco antes de ser extinta em 2007, a Radiobrás era mais conhecida por produzir e transmitir em rede obrigatória de rádio a *Voz do Brasil*. No entanto, só foi a partir de 1988 que ela se tornou responsável pelo noticiário. Antes, o programa pertencia a outra empresa do Poder Executivo, a Empresa Brasileira de Notícias (EBN). A *Voz do Brasil* começou na década de 1930 a partir de um programa chamado *Programa Nacional*. Ele foi a base para o que seria depois *A Hora do Brasil*. Por decisão do presidente Getúlio Vargas, o programa tornou-se obrigatório para todas as rádios do país. No final de 1939, o Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP) assumiu o comando do programa. A finalidade dele era dar destaque as ações do Poder Executivo federal. Somente em 1962, Senado e Câmara dos Deputados ganharam seus espaços dentro do noticiário. Na mesma época, o nome mudou para *Voz do Brasil*. Em 1966, o Poder Judiciário também recebeu uma parcela de tempo dentro do programa (BUCCI, 2008).

A lei 6.301 de 15 de dezembro de 1975, que criou a Radiobrás, vinculou a estatal ao Ministério das Comunicações. Os objetivos fundamentais dela, segundo o documento, eram “implantar e operar as emissoras, e explorar os serviços de radiodifusão do Governo Federal; implantar e operar as suas próprias redes de Repetição e Retransmissão de Radiodifusão, explorando os respectivos serviços” (BRASIL, 1975).

Na prática, a falta de autonomia converteu a estatal em um braço institucional do governo. Apesar do descritivo legal, ela servia, em primeira instância, para promover a mensagem do Regime Militar. Segundo Mattos (2010), o objetivo da ditadura com a radiodifusão consistia em apontar os supostos avanços que o Brasil experimentava, como o Milagre Econômico, em detrimento dos riscos e desordem que representariam os movimentos de esquerda. Mensagens com essa caracterização deveriam vir embaladas por uma programação capaz de higienizar qualquer traço de insatisfação com o governo e de estimular valores ligados ao cristianismo conservador, como a família, a pátria, o trabalho, a moral e os bons costumes.

Tal situação tem origem no conceito de comunicação desenvolvido dentro da Escola Superior de Guerra (ESG), berço do golpe militar e instituição onde atuaram e se formaram diversos nomes de primeiro escalão da ditadura. Para a ESG, “comunicação é o processo de transmitir alguma coisa a fim de exercer uma influência consciente no receptor da comunicação cuja reação afetará o ponto de partida, ou seja, o emissor da mensagem” (*apud* MATTOS, 2010, p.40).

Os veículos da Radiobrás serviam também como escudo nas regiões de fronteira para evitar o sinal de rádios de Cuba e da União Soviética, conforme Bucci. O resultado foi a concessão de uma série de regalias para a estatal e seus dirigentes. “Filha dileta da ditadura, mãe que gostava de mimar suas crias, desde que obedientes, a Radiobrás viveu dias de glória e de grandeza servindo aos poderosos” (BUCCI, 2008, p.91). Isso pode ser observado pelo tamanho do patrimônio que a empresa chegou a obter. Somente emissoras eram 42, distribuídas em diversas regiões do país. Ela contava com escritórios nas principais capitais brasileiras e casas de luxo para seus diretores em Brasília (*Ibidem*).

“No governo militar de João Baptista Figueiredo, em 1979, deixa de ser um órgão autônomo para ser vinculada à Secom, com a finalidade de unificar o comando operacional das emissoras do governo federal e atender, prioritariamente, ao Poder Executivo” (SILVA, 2005, p.104).

A partir do início do processo de reabertura política e, em seguida, o movimento pelas Diretas Já!, o papel da Radiobrás começou a ser questionado. Em 1988, uma estatal que convivia lado a lado com ela foi extinta. Trata-se da EBN, criada em 1979, que tinha como missão produzir boletins sobre o governo e também a *Voz do Brasil*. Seu patrimônio era também abrangente. A EBN tinha sucursais em diversas capitais e mantinha uma grande redação em Brasília. A estatal acabou absorvida pela Radiobrás em 1988. O fato aconteceu após uma entrevista do ministro das Forças Armadas, brigadeiro Paulo Roberto Camarinho,

reclamar da inflação e dos salários dos militares durante uma entrevista. A Radiobrás, conforme publicação em 22 de junho, absorveu a EBN. O próprio nome da Radiobrás também foi alterado. De Empresa Brasileira de Radiodifusão para Empresa Brasileira de Comunicação (BUCCI, 2008).

A própria Radiobrás começou a perder força, naquele mesmo ano, com a desativação da maior parte das emissoras. Das 42 emissoras, 20 foram vendidas ou transferidas a baixo preço para empresas privadas. Outras seis foram para governos estaduais e sete para prefeituras. O negócio foi mal organizado. O comprador da Rádio Ipanema no Rio de Janeiro, teve que pagar somente os equipamentos (Ibidem).

De acordo com Bucci, as crises se acentuaram no governo de Fernando Collor de Melo (1990-1992). Em 1990, Collor demitiu 439 funcionários e outros 32 teriam sido induzidos a isso. Fatores como estrangulamento salarial e a falta de investimento na infraestrutura tornaram a Radiobrás um penduricalho para o governo federal. As atividades de gerenciar as emissoras e produzir conteúdo eram prejudicadas. Não havia qualquer ação para reverter o quadro.

Em 1998, com o governo Fernando Henrique Cardoso (1995-2002), foi determinado que a Radiobrás precisaria ganhar vida nova, caso contrário seria fechada. Segundo relato de Bucci, Carlos Zarur, funcionário de carreira da empresa, foi nomeado presidente e enfrentou o desafio de dar vida nova ao conteúdo dos veículos da Radiobrás. Na época, foram criadas a Agência Brasil<sup>19</sup> e a TV NBR, responsável por cobrir os atos da Presidência da República. Porém, as amarras institucionais impediam a plena renovação da estatal.

Um exemplo deste problema é visível no episódio que envolveu o Secretário de Comunicação Social da Presidência da República, do governo FHC, Andrea Matarazzo, e o dirigente do Movimento dos Sem-Terra, João Pedro Stédile. O líder dos agricultores concedeu uma entrevista à TV Cultura de São Paulo, no programa *Opinião Pública*. A TVE do Rio de Janeiro, que na época era administrada pela Associação de Comunicação Educativa Roquette Pinto (Acerp), transmitia o programa em rede. Segundo Serpa (2004), a pedido de Matarazzo a entrevista com o representante do MST não foi ao ar. A interferência alcançou uma série de emissoras que transmitiam o programa em rede com a TVE.

Além de ser responsável pela *Voz do Brasil* e do canal NBR, a Radiobrás chegou ao início dos anos 2000 como titular das rádios Brasília AM e FM, Nacional da Amazônia, TV Nacional e a Agência Brasil. Somavam-se a esses, outros veículos públicos como a TVE do

---

<sup>19</sup> Agência Brasil: agência de notícias da EBC. Disponível no link: [www.agenciabrasil.com.br](http://www.agenciabrasil.com.br)

Rio de Janeiro, TVE do Maranhão e as rádios MEC FM e MEC AM, todos do Poder Executivo, mas que tinham a gestão e produção da Acerp.

A partir do governo de Luiz Inácio Lula da Silva (2003-2010), os debates instalados pelo Partido dos Trabalhadores e outros partidos de centro-esquerda sobre a radiodifusão pública serviram para auxiliar no processo de mudança da Radiobrás até a sua transformação por definitivo em Empresa Brasil de Comunicação (EBC) (MIOLA, 2012).

Bucci foi nomeado presidente da Radiobrás. Ele teve, conforme descreve em seu livro, como desafio político incutir dentro do governo o conceito de comunicação pública. Em seu discurso de posse, Bucci fez a defesa do direito à informação como um bem a ser garantido pelo Estado, a partir de critérios objetivos.

A ética da informação e a ética do jornalismo são inseparáveis da ética republicana, a ética obsessivamente republicana que deve governar cada instituição da nossa democracia e do nosso país. Não há contradição, ao contrário, há uma complementaridade necessária entre a ideia radical de democracia e a ideia do direito à informação. Isso é um equívoco, porque quando as informações que nos interessam não correspondem às necessidades do cidadão a credibilidade começa a ser ferida. Portanto, as informações que nos interessam veicular são as informações a que o cidadão tem direito. Isso é a construção da credibilidade. É aquele que muitas vezes não exige porque não sabe o que pode exigir. E o nosso trabalho é ensinar sobre isso, ensiná-lo que ele pode exigir (BUCCI, 2008, pp.17-18)

Bucci classifica o discurso como uma promessa de que a Radiobrás não mais iria trabalhar para criar uma imagem favorável de governantes. A finalidade seria dar ao público a informação que ele tem o direito de ter. Bucci defende que, apesar do direito à informação ser colocado como fundamental pela Constituição, ele era atingido por veleidades partidárias. Câmeras e microfones da Radiobrás serviriam para bajular e apoiar os dirigentes estatais. “O que se fazia era propaganda, às vezes, subliminar, às vezes expressa, das autoridades da vez. As explicações de praxe primavam pelo consumismo. A mais comum delas perdoava a subserviência das instituições em relação ao governo porque, afinal, essas instituições dependiam de recursos governamentais” (BUCCI, 2008, p.22).

A reformulação dos principais programas da Radiobrás e do conteúdo editorial começou a ganhar corpo ainda em 2003. Segundo relato de Bucci, foram criados grupos de trabalho para envolver os funcionários em eixos prioritários para o desenvolvimento da empresa. Eram eles: melhorar o conteúdo jornalístico, aprimorar o desenvolvimento profissional e pessoal, potencializar a capacidade de transmissão, cortar custos e administrá-los racionalmente e buscar novas receitas. Os grupos apresentariam ao final propostas para a mudança na empresa.

Bucci afirma que haveria por parte da equipe uma espécie de autocensura instalada, devido o receio das ingerências do Palácio do Planalto em torno do conteúdo. Para tentar mudar o cenário, foi feita a revisão da missão e valores da empresa. A intenção era nortear jornalistas, locutores e produtores sobre a real finalidade que estatal deveria cumprir.

Missão:

Somos uma empresa pública de comunicação. Buscamos e veiculamos com objetividade informações sobre Estado, governo e vida nacional. Trabalhamos para universalizar o acesso à informação, direito fundamental para o exercício da cidadania.

Valores:

- Respeito ao caráter público de nossa atividade, ao buscar a excelência e ao exercer a transparência, interna e externa;
- Respeito à cidadania, ao assumir um compromisso permanente com a universalização do direito à informação, com a verdade e com a qualidade da informação, por meio do canal direto com o público;
- Respeito às diferenças, por meio do diálogo;
- Respeito às pessoas, ao promover a felicidade no trabalho, a criatividade e a inovação. Tendo respeito como base, a nossa ética se concretiza na renovação cotidiana da credibilidade da Radiobrás junto à Sociedade brasileira e aos funcionários da empresa (BUCCI, 2007, p.196)

No texto *Caso Radiobrás: o compromisso com a verdade no jornalismo de uma empresa pública*, publicado ainda quando era o gestor da empresa, Bucci (2007) diz que a empresa foi direcionada para realizar uma comunicação a serviço da cidadania. Para isso, foi preciso retirar a promoção da imagem de governantes, e evitar com isso a divulgação de notícias distorcidas e a sonegação das informações. Ele classificou, na época, o método de trabalho dele como apartidário

Bucci explica que essa possível mudança não teria implicado em rupturas de natureza jurídica. É possível registrar, desse período, a publicação de diversos documentos internos da empresa com caráter de orientação aos servidores. Entre eles está o *Manual de jornalismo da Radiobrás* cujo objetivo era padronizar o método de produção das notícias.

A informação é um direito, assim como a educação é um direito, assim como a saúde é um direito. É um direito tão importante quanto os demais. É um direito de todos independente das inclinações ideológicas de cada um. Ninguém conceberia que os professores de uma escola pública se dedicassem a doutrinar em lugar de educar corretamente os alunos.

(...) Os jornalistas, comunicadores e todos aqueles que atuam no processamento da informação que oferecemos ao público têm o dever de evitar o partidarismo, a pregação religiosa, o tom promocional e qualquer finalidade propagandística. A informação deve refletir a verdade dos fatos.

(...) Por isso, a busca da objetividade é benéfica para a Radiobrás e para os usuários de seus serviços. A busca da objetividade nos ajuda a evitar o proselitismo (RADIOBRÁS, 2006, p.36-37).

Apesar das alegações de construção de um projeto de objetividade, uma pesquisa do Programa de Pós-Graduação da Universidade de Brasília, em 2005, realizada por Noêmia Felix da Silva, mostra que havia um alinhamento ideológico entre o que era veiculado em produtos feitos pela Radiobrás com a estratégia de promoção política do PT.

Um exemplo citado na pesquisa é a Agência Brasil. No argumento de Bucci, ela aparece como uma das peças articuladoras da ideia de comunicação pública ao fazer, segundo ele, a divulgação das notícias de interesse público. Porém, Silva aponta que algumas publicações, em conjunto com as ações da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, órgão superior da Radiobrás, tentavam “programar a imagem de um governo ousado, eficiente, determinado, que vence obstáculos, que sonha, que deseja, que é obsessivo em solucionar os problemas brasileiros e promover as tão esperadas mudanças no país” (SILVA, 2005, p.266).

Essa circunstância é caracterizada, entre outras coisas, pelo uso raro de fontes não-estatais nas notícias. Na interpretação de Silva (2005, p.272), a predominância de fontes do Palácio do Planalto coloca o discurso dos governantes em evidência de forma privilegiada.

A ingerência sob o conteúdo da Radiobrás tem sua origem na sua dependência direta aos recursos públicos, limitado ao orçamento anual indicado pelo seu órgão superior, a Secom. Bucci admite essa condição em um trecho do livro:

Sendo uma empresa “dependente do tesouro”, deficitária e, portanto, incapaz de existir sem receber recursos orçamentários, a Radiobrás não dispunha nem poderia dispor de independência financeira e administrativa, requisitos da independência editorial formal (...) Sendo uma empresa pública, vinculada, mas não subordinada, a uma ministério, a Radiobrás tinha a possibilidade e, na opinião de seus diretores, o dever de prestar informações objetivas, não por uma programação oficial (BUCCI, 2008, p.248).

De acordo com Bucci, a palavra de ordem deveria ser autonomia. A inexistência dessa garantia produziu momentos de conflito entre a diretoria da empresa, os dirigentes governamentais e partidários. Um deles aconteceu durante o escândalo de pagamento de propina a parlamentares, conhecido popularmente como Mensalão.

Uns cobravam da Radiobrás que ela produzisse uma “narrativa do governo”, quer dizer, narrativa pró-governo, para compensar o que viam como ataques orquestrados da tal grande mídia. Não percebiam que nos propunham uma conduta claramente

irregular, que não havia cabimento na pretensão que expressavam (BUCCI, 2008, p.277).

Outro ataque contado por Bucci decorreu da cobertura dos veículos da Radiobrás sobre a presença de tropas brasileiras no Haiti, em 2004. A manifestação aconteceu em um documento intitulado Carta Crítica. Escrito por Bernardo Kucinski, professor da USP e que ocupava um cargo no governo, o documento tinha o objetivo de dar ao primeiro escalão do governo federal um panorama sobre a cobertura da imprensa, segundo Bucci, com viés ideológico. O texto, na classificação do então presidente da Radiobrás, teria contribuído com a relação tensa que Lula manteve com a imprensa, no primeiro mandato. A carta tinha duas páginas e era confidencial.

A Carta Crítica citou da seguinte forma a Agência Brasil: “Além de seu caráter profundamente humanitário, nossa presença no Haiti é a maior operação de tropas militares brasileiras desde a Segunda Guerra Mundial (...) Mas na Agência Brasil essa enorme movimentação não foi notícia” (Bernardo Kucinski apud BUCCI, 2008, p.199).

Bucci ainda apresenta no livro dois bilhetes que teriam sido enviados por José Dirceu, que na época era Ministro da Casa Civil e um dos nomes mais influentes dentro Palácio do Planalto, para Luiz Gushiken, que ocupava a Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República.

Prezado Ministro Gushiken,  
Sou total e radicalmente contrário à proposta do Bucci de não obrigatoriedade da Voz do Brasil. Só faltava essa. Já não basta a Radiobrás e sua ‘objetividade’, que na maioria das vezes significa um misto de ingenuidade e na prática mais uma emissora de ‘oposição’ (José Dirceu apud BUCCI, 2008, p.35).

Prezado Ministro Gushiken,  
Você está acompanhando os problemas na Radiobrás?  
As notícias da mídia e a crise com o sindicato do Chico Vigilante?  
Você está a par da posição pública do Eugênio pelo fim da Voz do Brasil?  
Você tem acompanhado o conteúdo do noticiário da Radiobrás?  
(José Dirceu apud BUCCI, 2008, p.41).

O curioso do primeiro bilhete é que José Dirceu afirma que o projeto de objetividade da Radiobrás é algo ingênuo. Na verdade, as mensagens são a confirmação do interesse em tornar os veículos de radiodifusão do Poder Executivo uma extensão das ações de promoção e de apoio ao Partido dos Trabalhadores.

Dirceu também diz que o resultado é mais um canal de oposição. Para o ministro, que tempos depois voltou ao Congresso e foi cassado por corrupção no escândalo do Mensalão, o ideal seria uma postura mais amigável ao governo e ao PT.

A situação revela o quanto a empresa ainda era suscetível ao humor dos governantes e aos rumores que circulavam do que ela produzia. Se a notícia tinha impacto no governo, a conversa que circulava era de que a Radiobrás produzia notícias para atacar o PT, alinhando-se com a mídia privada. Por outro lado, se o aspecto era enfatizar algo positivo, os ânimos políticos serenavam, mas as críticas externas diziam que a estatal era chapa-branca. O que fica, claro, em tal ocorrência, é o interesse para que os veículos públicos servissem como ferramenta de direito de resposta aos veículos privados.

Bucci defende que apesar do cenário complexo, havia traços de uma busca pela objetividade. Segundo ele, até então, a Radiobrás pouco havia se envolvido em discussões internas a respeito de tal assunto. Como um dos traços de busca pela objetividade deixados como herança dessa época está a criação da figura do *ombudsman* dentro da empresa. No Brasil, o primeiro veículo a ter esse profissional foi a *Folha de S.Paulo*. Basicamente o *ombudsman* existe na imprensa brasileira em alguns grandes veículos impressos. A TV Cultura chegou a ter por alguns intervalos de tempo esse profissional. Suas publicações eram feitas em um blog. Já na Radiobrás, a atividade surgiu em 2007 com o jornalista Paulo Machado. Ele tinha um espaço na internet para fazer críticas aos veículos da estatal. Porém, a autonomia da Radiobrás continuava insuficiente (Ibidem).

O redesenho institucional da estatal efetivamente começou a partir das discussões em torno da criação de uma emissora de televisão pública de abrangência nacional. Havia, na época, uma experiência pioneira realizada pela Radiobrás em parceria com o judiciário e o legislativo. Trata-se da TV Brasil – Canal Integracion. Ele começou a operar em 2005. A primeira transmissão foi do Fórum Social Mundial. Pouco tempo depois, o canal já tinha 24 horas de programação. A intenção era utilizar a experiência do projeto para dar ao país uma nova emissora de televisão.

“A TV Brasil – Canal Integracion viria (...) embalada por um encomenda do presidente da República, ainda no primeiro semestre de 2003” (BUCCI, 2008, p.241). Era um canal com programação diária para América do Sul e Central. Para sua criação, o Supremo Tribunal Federal (STF) cedeu equipamentos e cenários. A Câmara dos Deputados, funcionários. O Poder Executivo, por meio do Ministério das Relações Exteriores, pagou os satélites.

Este foi um passo importante para a instalação de uma nova emissora de televisão no Brasil. Porém, o projeto vinha carregado de desafios. Um deles decorre do que já foi relatado aqui: como ter autonomia? Não bastaria apenas documentos internos ou uma ouvidoria para garantir a plena adequação da emissora às expectativas da comunicação pública. Até porque a Radiobrás já dispunha da TV Nacional e a TV NBR, que não faziam nada mais do que assessoria para o governo federal. Por isso, na imprensa, antes mesmo de sair do papel, a televisão já tinha um nome: TV Lula<sup>20</sup>.

### **3.2 EBC e a criação da TV Brasil**

A chegada do PT ao Poder Executivo, em 2003, trouxe novamente à cena política a discussão sobre a criação de uma emissora pública de televisão de abrangência nacional. Apesar da existência da TVE no Rio de Janeiro, do Paraná, da TV Cultura, de São Paulo, e outras, o caráter dos veículos públicos ainda estava atrelado a sua sede, a seu local de origem. Elas eram marcadamente estaduais, apesar de contar com relativa distribuição em alguns pontos do país por sinal a cabo, via satélite e contar com alguns programas nacionais.

Como a eleição de Luiz Inácio Lula da Silva contou com o apoio de diversos movimentos sociais, a discussão em torno de temas ligados à radiodifusão e a Comunicação Social faziam parte do pacote de diretrizes do partido, caso fosse eleito. De acordo com Miola (2012), o texto apresentado em 2002 pelo PT, durante o período eleitoral, previa, ainda que difusamente, que a democratização cultural brasileira só estaria completa se acompanhada da democratização dos meios de comunicação.

Atenta a essa possível mudança de cenário político, em 2003, a Associação de Comunicação Roquete Pinto (Acerp) realizou o Seminário Desafios da TV Pública. O evento contou com a participação de acadêmicos, jornalistas, gestores públicos do Brasil e exterior para discutir o papel desses veículos, os modelos existentes e como o país poderia fazer para avançar em pontos que eram considerados paradigmáticos.

Naquela ocasião, Beth Carmona, presidente da Acerp, afirmou que “a TV feita para o cidadão dialoga com a sociedade civil e deve existir além da tela, sair do prédio das emissoras para buscar nos centros urbanos e rurais inspiração, nos movimentos sociais de cultura e informação, retratando a dinâmica social do público” (2003, p.10). Segundo ela, a programação deve promover a dignidade dos cidadãos. O Brasil, porém, enfrenta uma série de

---

<sup>20</sup> O termo “TV Lula” foi usado por críticos do projeto da TV Brasil, especialmente, durante o período de criação da emissora, entre os que ainda fazem o uso da expressão está o colunista da Veja Lauro Jardim (2010).

dificuldades para cumprir tal prerrogativa. Um delas é a escassa fonte de financiamentos permitida aos veículos não-comerciais. Cabia, na época, à Acerp a gestão da TVE do Rio de Janeiro, TVE do Maranhão e as rádios cariocas MEC AM e FM, que eram propriedade do Poder Executivo.

Nessa mesma época, a Acerp empreendeu esforços para fortalecer a TVE do Rio de Janeiro. No entanto, Valente (2009) registra que isso significou uma melhoria na qualidade da programação, sem conseguir ampliar as fontes de recurso, o sinal e os espaços de participação popular na gestão.

Justamente a TVE do Rio de Janeiro forneceria, tempos depois, o maior arcabouço operacional e técnico para o início das atividades da TV Brasil. No entanto, até chegar a este ponto, foram necessários os quatro anos do mandato do então presidente Lula e diversos debates para a escolha de um modelo de trabalho.

Conforme Rocha (2013), o nascimento da TV Brasil foi decorrente de um projeto transversal que envolveu diversos ministérios e representantes da sociedade civil. A pesquisa de Rocha concentra-se em uma abordagem a partir das ações do Ministério da Cultura (MinC). Segundo ela, no discurso de posse do ministro Gilberto Gil ficou demonstrado que o posicionamento da pasta seria a partir de uma noção de “antropologia aplicada” dos programas culturais, a qual reconhece toda a população como potencial produtora e não apenas como receptora de cultura.

O Ministério não pode, portanto, ser apenas uma caixa de repasse de verbas para uma clientela preferencial. Tenho, então, de fazer a ressalva: não cabe ao Estado fazer cultura, a não ser num sentido muito específico e inevitável. No sentido de que formular políticas públicas para a cultura é, também, produzir cultura. No sentido de que toda política cultural faz parte da cultura política de uma sociedade e de um povo, num determinado momento de sua existência. No sentido de que toda política cultural não pode deixar nunca de expressar aspectos essenciais da cultura desse mesmo povo. Mas, também, no sentido de que é preciso intervir. Não segundo a cartilha do velho modelo estatizante, mas para clarear caminhos, abrir clareiras, estimular, abrigar. Para fazer uma espécie de "do-in" antropológico, massageando pontos vitais, mas momentaneamente desprezados ou adormecidos, do corpo cultural do país. Enfim, para avivar o velho e atizar o novo. Porque a cultura brasileira não pode ser pensada fora desse jogo, dessa dialética permanente entre a tradição e a invenção, numa encruzilhada de matrizes milenares e informações e tecnologias de ponta (GIL, 2003).

Uma emissora pública de televisão funcionaria como um centro articulador dessa proposta cultural. Rocha conta que, em 2003, o então secretário do Audiovisual<sup>21</sup>, Orlando

---

<sup>21</sup> Secretária do Audiovisual: De acordo com o Ministério da Cultura, “a SAV formula políticas, diretrizes e metas para formação e capacitação audiovisual, produção, distribuição, exibição, preservação e difusão de

Senna, previa o desenvolvimento de uma TV que operasse em um sistema de rede com mil parceiros, entre emissoras educativas, culturais, comunitárias e universitárias.

Uma das propostas surgidas no âmbito daquele ministério, mas que não chegou a ser levada adiante, foi a implantação da Agência Nacional do Cinema e do Audiovisual (Ancinav), em substituição à Agência Nacional do Cinema (Ancine). A intenção, como apontava o anteprojeto, pretendia regular o mercado de audiovisual, incluindo as emissoras de televisão. Ele previa, entre outros aspectos, a reserva de 20% da programação aberta da TV para a produção independente e regional e a expansão da arrecadação da Codecine (Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica).

Outras medidas na área da Comunicação, encampadas pelo governo Lula, também não foram adiante. Foram elas: a adoção do padrão de TV Digital desenvolvido nacionalmente, a instituição do Conselho Federal de Jornalismo e a inclusão de dispositivos sobre comunicação no Plano Nacional de Direitos Humanos (MIOLA, 2012).

A Empresa Brasil de Comunicação (EBC) e, por consequência, a TV Brasil fazem parte das medidas que conseguiram sair do papel. Ao lado delas estão a nova lei da TV por assinatura<sup>22</sup>, que passou a exigir três horas e meia de programação nacional em horário nobre, a realização da Conferência Nacional de Comunicação<sup>23</sup> e o Plano Nacional de Banda Larga<sup>24</sup>.

A realização do Fórum Nacional de TVs Públicas foi o que colocou o assunto da TV pública definitivamente na pauta política. As ações dele começaram em 2006 e foram até 2007<sup>25</sup> com a formação de grupos de trabalho, publicações e a realização da plenária. O primeiro dos textos publicados pelo Fórum foi um *Caderno de Debates* que continha reflexões de diversos atores envolvidos no projeto e também um diagnóstico do campo público da comunicação no país. O documento tinha o objetivo de fazer uma chamada pública

---

conteúdos audiovisuais e cinematográficos brasileiros, respeitadas as diretrizes da política nacional do cinema e do audiovisual e do Plano Nacional de Cultura”.

<sup>22</sup> Trata-se da lei 12.485 que foi gestada no governo Lula e promulgada em 2011.

<sup>23</sup> A Conferência Nacional de Comunicação foi realizada entre 14 a 17 de dezembro de 2009, no Centro de Convenções Ulysses Guimarães, em Brasília (DF). Ela foi convocada pelo Ministério da Cultura e das Comunicações. A etapa nacional foi precedida por conferências municipais, intermunicipais, livres e a conferência virtual. Ela resultou em um caderno de propostas para orientar as políticas públicas de Comunicação Social, Tecnologia da Informação e Radiodifusão.

<sup>24</sup> O Plano Nacional de Banda Larga tem o objetivo de massificar a oferta de internet banda larga, em especial nas regiões mais carentes de tecnologia.

<sup>25</sup> Outra edição do Fórum aconteceu em 2009 com o objetivo de pressionar o Congresso a regulamentar os artigos 226 e 227 da Constituição.

para o evento, inclusive, com o oferecimento de um volume de textos para nortear as discussões.

No texto de abertura, o ministro Gilberto Gil (*apud* FORUM, 2006, p.5) apontou que a proposta do Fórum era pensar os desafios da televisão pública em um contexto de revolução digital. De acordo com o líder da pasta, desde o início da sua gestão, o grupo do MinC propôs um modelo de trabalho “interessado em fortalecer a acessibilidade dos brasileiros aos bens culturais produzidos com recursos públicos”. Gil afirmou que a televisão é um objeto de múltiplos gêneros. “A televisão interage com o simbólico dos brasileiros a cada momento. Na novela, no futebol de domingo e na propaganda. No terror do telejornal policial e na fabulação do desenho infantil. Ela é um fenômeno cultural quando aprofunda ou quando banaliza”. Ao final, ele convocou a sociedade brasileira a discutir, formular e enunciar um plano de desenvolvimento para a televisão pública.

Ainda no *Caderno de Debates*, Orlando Senna apresentou, no texto *TV Pública: uma janela para o futuro do audiovisual*, a ideia de que a televisão pública tem a propriedade de promover a educação cidadã, ampliar horizontes filosóficos e culturais, preparando o cidadão para uma condição de protagonista social. Sem se deixar levar por um discurso otimista demais e pouco prático, ele sinalizou as dificuldades que precisavam ser enfrentadas. Senna disse que havia no país um quadro de deficiências de todas as formas – estrutural, técnico, de financiamento e jurídico. O reflexo seria a barreira para um veículo desta natureza se firmar junto ao telespectador.

Eugênio Bucci, que na época de produção do *Caderno de Debates* ocupava a presidência da Radiobrás, tentou delimitar uma proposta de plano de ação para uma televisão pública. No início da argumentação, ele disse que o entretenimento é um campo pertencente apenas ao serviço comercial de radiodifusão.

Seria melhor para a TV pública se ela tivesse cuidado antes de prometer, como, às vezes, promete, entretenimento para a plateia. Anunciando esse gênero de atrativo, ela se confunde – ainda mais – com a televisão comercial. Nubla sua própria identidade. O entretenimento, esse pujante ramo do comércio, não tem nada a ver com a comunicação de caráter público. Distinguir uma coisa da outra, em tons mais explícitos, ajudaria a iluminar a razão que leva a democracia a precisar da comunicação não-comercial (Bucci *apud* FORUM, 2006, p.13).

A fundamentação de Bucci começou com a etimologia de entretenimento. “O verbo entreter, originado do latim, ‘intertener’ (‘inter’ quer dizer ‘entre’; ‘tenere’ quer dizer ‘ter’), significa deter, distrair, enganar” (Ibidem). Conforme o dirigente da Radiobrás, a partir do

século XX, entretenimento deixou de se referir ao estado mental produzido em uma pessoa, para se referir a um atributo de atrações ligadas a uma indústria.

Segundo ele, dirigentes de TVs públicas utilizam o termo como um adereço para tornar mais agradável e menos chata a programação das suas emissoras. Se estivesse a programação da nova emissora estivesse a critério dele, como seria configurada? O argumento de Bucci é frágil, pouco objetivo e eivado de preconceitos. É como se o produto de entretenimento, por sua condição, não tivesse a possibilidade de ter caráter formativo.

Ainda sobre os textos do *Caderno de Debates*, Beth Carmona, que ocupava a presidência da Acerp, defendeu um argumento diferente daquele feito por Bucci para o projeto. De acordo com Carmona, desde 1970, a distância entre as emissoras públicas e privadas tem se acentuado. Fatores como a descontinuidade da gestão e as interferências políticas tornaram difícil para o campo público se firmar na preferência do telespectador. Ela destacou o papel de programas infantis de qualidade para formação do público. “Ao longo do percurso, as experiências mostraram a importância da criação de histórias e personagens originais, capazes de incorporar traços da cultura nacional” (*apud* FÓRUM, 2006, p.23).

O texto seguinte do *Caderno de Debates* era uma apresentação institucional do que deveria ser o Fórum a ser realizado no ano seguinte, em 2007. Por fim, o documento trouxe um diagnóstico do campo público da radiodifusão a partir do modo de funcionamento e organização da Associação Brasileira de Emissoras Públicas Estaduais (Abepec), Associação Brasileira de Televisão Universitária (ABTU), Associação Brasileira de Televisões e Rádios Legislativas (Astral) e Associação Brasileira de Canais Comunitários (Abccom).

O Fórum efetivamente aconteceu em Brasília em maio de 2007. Ele resultou em um documento intitulado *Carta de Brasília*, que começava com afirmações sobre o papel social e modo de articulação dos veículos públicos. Alguns desses itens diziam:

a TV Pública promove a formação crítica do indivíduo para o exercício da cidadania e da democracia;

(...) As diretrizes de gestão, programação e a fiscalização dessa programação da TV Pública devem ser atribuição de órgão colegiado deliberativo, representativo da sociedade, no qual o Estado ou o Governo não devem ter maioria;

A TV Pública tem o compromisso de fomentar a produção independente, ampliando significativamente a presença desses conteúdos em sua grade de programação;

(...) A programação da TV Pública não deve estar orientada estritamente por critérios mercadológicos, mas não deve abrir mão de buscar o interesse do maior número possível de telespectadores (FÓRUM, 2007).

Logo depois, os participantes do Fórum fizeram, dentro da Carta, uma série de recomendações para o projeto de criação da TV pública. Entre elas:

- A nova rede pública organizada pelo Governo Federal deve ampliar e fortalecer, de maneira horizontal, as redes já existentes;
- A regulamentação da Constituição Federal em seu capítulo sobre Comunicação Social, especificamente os artigos 220, 221 e 223;
- O processo em curso deve ser entendido como parte da construção de um sistema público de comunicação, como prevê a Constituição Federal de 1988;
- A construção e adoção de novos parâmetros de aferição de audiência e qualidade que contemplem os objetivos para os quais a TV Pública foi criada; (FÓRUM, 2007).

Paralelo aos eventos do Fórum, um membro do governo parecia ter uma voz própria e dissonante sobre o que seria a TV pública. O ministro das comunicações, Hélio Costa, já anunciava, bem antes do evento, que uma nova emissora estava em gestação. Porém, ao contrário do que esperava os integrantes do Ministério da Cultura, dos grupos de trabalho do Fórum e de outras áreas do campo público da comunicação, a nova rede de TV seria criada a partir do Decreto 5.820/2006 (VALENTE, 2009).

O decreto trata do Sistema Brasileiro de Televisão Digital Terrestre (SBTVD-T). De acordo com a publicação, o SBTVD-T possibilita a transmissão digital em alta definição (HDTV), transmissão digital simultânea para recepção fixa, móvel e portátil e interatividade. O decreto ainda trata da outorga e consignação de canais vagos ou reutilização de frequência já em uso.

O artigo 13 é o que menciona o uso de canais pelo Poder Executivo. Ele cria a possibilidade da criação de quatro tipos de canais: um para a transmissão de atos e trabalhos do executivo, um educativo com o objetivo de realizar ensino a distância, um com finalidade cultural e veiculação de programas regionais e um intitulado canal da cidadania “para transmissão de programações das comunidades locais, bem como para divulgação de atos, trabalhos, projetos, sessões e eventos dos poderes públicos federal, estadual e municipal” (BRASIL, 2006).

Valente conta que, em 12 de março de 2007, Hélio Costa apresentou à Presidência da República uma proposta. A rede pública iria operar inicialmente em sinal analógico na faixa entre 60 a 69 do UHF. Ela custaria aproximadamente R\$ 250 milhões em quatro anos e a promessa é que não teria os supostos vícios editoriais da Radiobrás. No entanto, faltava clareza sobre como a própria estatal iria se integrar ao projeto. A justificativa usada por Costa, na

época, para defender a existência da nova rede pública era ligada às questões de segurança nacional. Segundo o ministro, com a privatização da Embratel, o Poder Executivo perdeu a prerrogativa de entrada em cadeia nacional, passando a depender das emissoras para a execução deste tipo de manifestação pública. O ministro ainda se envolveu em um incidente diplomático ao criticar a emissora pública da Venezuela.

Ao final, a iniciativa de Hélio Costa, além de um problema de método (anunciar uma medida de governo enquanto o próprio promovia um processo de debate para o estabelecimento das prioridades relativas ao assunto), evidenciou uma insuficiência quanto ao mérito da questão, emitindo declarações confusas ao manifestar intenções sem clareza quanto ao que caracterizaria a nova rede pública (VALENTE, 2009, p.121).

De acordo com Valente, pouco tempo depois, foi anunciado que o jornalista e ministro chefe da Secom, Franklin Martins, seria o responsável por conduzir o projeto. Em 29 de abril de 2007, um decreto presidencial criou um grupo interministerial para dar andamento à proposta. Foram incluídos no grupo representantes da Secom, Casa Civil, MinC, Ministério da Educação, Ministério das Comunicações, Radiobrás e Acerp - caracterizando assim o aspecto do projeto transversal. Também foram incorporados membros que viriam a compor, brevemente, o quadro de dirigentes da nova estatal, Eduardo Castro (que se tornaria diretor geral), Florestan Fernandes Júnior (gerente de jornalismo em São Paulo) e Laurindo Leal Filho (ouvidor geral) (Ibidem).

O modelo apontado pelo grupo foi o da conversão da Radiobrás em Empresa Brasil de Comunicação, com a finalidade de redesenhar a estrutura institucional que não mais se adequaria às exigências apontadas durante o Fórum nem às necessidades atuais. Também ficou estabelecido que a nova emissora seria a fusão da TVE do Rio de Janeiro, TVE do Maranhão e TV Nacional, desaparecendo assim, em algum tempo, as atividades desempenhadas pela Acerp (MIOLA, 2012).

Bucci (2008) relata em seu livro que, antes de deixar o cargo de presidente, Martins convidou-o para uma visita à casa dele em Brasília. Lá, Bucci recebeu uma proposta de dissolução da Radiobrás e da TVE do Rio de Janeiro. O documento descrevia a situação das duas entidades e continha o esboço de um projeto de lei. Ele foi preparado em um encontro entre a direção da Radiobrás e a Escola Nacional de Administração Pública (Enap). O objetivo era atualizar a visão de futuro da organização. No dia seguinte, Martins deu uma

entrevista em que comentou a criação da TV Brasil, aproveitando o nome do projeto da TV Brasil – Canal Integracion<sup>26</sup>.

A proposta para uma nova estatal que iria moldar o projeto da televisão pública foi adaptada para uma medida provisória que entrou em vigor em 10 de outubro de 2007 sob o número 398. A publicação no *Diário Oficial da União* gerou reações. Cinco foram os pontos imediatos de discordância de alguns setores com o documento: “na própria opção pelo encaminhamento via medida provisória; na vinculação da empresa à Secom e na composição do conselho de administração; na permissão de publicidade institucional; e a na forma de indicação do conselho curador” (VALENTE, 2009, p.128).

As críticas instaladas em torno do projeto tinham ressonância mais ampla na opção escolhida pelo Palácio do Planalto para materializá-la. Para a oposição, como se tratava de uma estatal, não cabia uma MP. Ela chegou a ser contestada pelo Democratas no Supremo Tribunal Federal, em uma Ação Direta de Inconstitucionalidade (Adin). A justificativa da base de sustentação para a escolha da MP era que ela tinha caráter de urgência. Valente lembra a fala do deputado federal Fernando Ferro (PT-PE), que apontou o real motivo da MP: “Se isso viesse por projeto de lei, provavelmente no século 23 teríamos essa televisão. Aqui existe um feudo, aqui nesta sala mesmo há parlamentares que são donos de televisão” (*apud* VALENTE, 2009, p. 130)<sup>27</sup>.

A medida foi o caminho político mais curto encontrado pelo governo para viabilizar o projeto. Inclusive, durante o período que esteve no poder, o presidente Lula foi criticado pela imprensa “por governar por decreto” (FOLHA, 2006). Ou seja, por utilizar medidas provisórias em excesso.

A MP 398 permitiu a extinção da Radiobrás, o surgimento da EBC e o estabelecimento de parâmetros para a radiodifusão pública. A composição da primeira diretoria da nova estatal indicou a relação de forças dentro do projeto. A Secom emplacou a diretora-presidente, a jornalista Tereza Cruvinel<sup>28</sup>, e na diretoria de jornalismo, Helena

---

<sup>26</sup> Posteriormente, a TV Brasil – Canal Integracion passou a ser chamada de TV Brasil Internacional.

<sup>27</sup> Ao contrário do projeto de lei que segue um rito mais extenso, as medidas provisórias têm efeito imediato. O mecanismo é mais ágil, porém precisa atender a requisitos como urgência. A MP entra na pauta do Congresso para que seja ou não convertida em lei. Uma vez no parlamento, a medida tem preferência sobre as demais matérias na montagem da pauta, enquanto o PL não tem data estipulada para entrar em votação. Os congressistas têm 60 dias, prorrogáveis por igual período, para dar andamento à MP. Para aprovação, é preciso de maioria simples.

<sup>28</sup> Tereza Cruvinel é graduada em jornalismo pela Universidade de Brasília. Atuou na TV Brasília, Jornal de Brasília, Correio Braziliense e Jornal do Brasil. Foi colunista de política do jornal O Globo e comentarista de política da Globo News (PORTAL, 2012b).

Chagas. Já o Ministério da Cultura ficou com a diretoria geral com Orlando Senna, que era dirigente da SAV, a diretoria de programação foi para Leopoldo Nunes, que era diretor da Ancine, e Mário Borgneth, que teve papel central no Fórum, tornou-se diretor de relacionamento (VALENTE, 2009).

Quanto ao texto, a MP, segundo Miola (2012), atendia parcialmente algumas recomendações do Fórum. Alguns trechos mostram que havia certa disposição do governo em estabelecer parâmetros e formas para regulamentar a radiodifusão pública, o que já era previsto pela Constituição, desde 1988, ao se referir à complementaridade dos sistemas público, estatal e privado.

Como a MP permitiu o início das atividades da EBC, os trâmites para o surgimento da TV Brasil se intensificaram. Nesse ínterim em que a MP percorria o Congresso Nacional para conversão em lei, foi lançada, no dia 2 de dezembro de 2007, a nova emissora.

Naquele 2 de dezembro deixaram de existir a TVE e a TV Nacional de Brasília, e estreou a TV Brasil, incluindo também um canal na cidade de São Paulo. No entanto, o tempo exíguo da edição da MP até o início da emissão dos novos sinais na prática produziu apenas uma unificação das emissoras exploradas pelas estruturas de comunicação do governo trazendo apenas um programa novo, o telejornal Repórter Brasil. O restante continuou sendo uma mistura das grades das duas TVs até então em operação pelo Executivo Federal, majoritariamente a TVE do Rio de Janeiro (VALENTE, 2009, p.136).

Já no parlamento, a primeira discussão sobre a MP da EBC ocorreu em 14 de fevereiro de 2008. O relator da medida, deputado federal Walter Pinheiro (PT-BA) argumentou que ela atendida aos pressupostos de relevância e urgência. Citou também que ela se originava em um desejo manifestado pela sociedade civil no Fórum Nacional de TVs Públicas. Os debates na Câmara foram encerrados em 26 de fevereiro. A versão do relator era diferente da MP em voga. Ele propôs a instituição da Contribuição para o Fomento da Radiodifusão Pública, a delimitação da veiculação da publicidade institucional e apoio cultural, a inclusão de percentual de programação regional e independente na grade de programação e o fim da exclusividade dos direitos de transmissão de eventos esportivos quando não houver pretensão da emissora detentora de veiculá-los em rede aberta (Ibidem).

Logo em seguida, a MP foi para o Senado. Valente afirma que a votação no Senado foi mais tumultuada. Segundo ele, o relator da proposta naquela Casa, o senador Renato Casagrande (PSB-ES), propôs que o texto não deveria ser alterado. A votação seria tal qual veio da Câmara dos Deputados com a desculpa de ser aperfeiçoada posteriormente. Na verdade, o governo guardava receio de que a oposição pudesse impedir a votação. Em virtude

disso, diversas entidades, como a Associação Brasileira de Produtores Independentes de TV (ABIP-TV) manifestaram, nesse período, a necessidade de conversão da medida em lei.

A votação no Senado aconteceu no dia 12 de março de 2008. Por fim, a lei foi encaminhada para sanção presidencial e publicada no Diário Oficial da União no dia 7 de abril de 2008 sob o número 11.652. O presidente vetou o item que assegurava à EBC transmitir eventos esportivos internacionais quando houvesse equipes representando o Brasil, mesmo se uma emissora privada tivesse os direitos de transmissão. O motivo é apresentado na mensagem de veto: “a redação aprovada para o referido dispositivo gera incertezas quanto à definição do que seja a representação oficial do Brasil (...) não contribuem para a consecução da missão e dos objetivos institucionais da Empresa Brasil de Comunicação” (BRASIL, 2008).

A legislação é resultado dos interesses envolvidos na criação da EBC configurados em duas dimensões. No plano público, os discursos se orientaram a partir das justificativas da proteção da sociedade face ao Estado ou a organismos privados e o direito à comunicação. Fora da cena política, nas conversas de gabinetes e corredores, as preocupações estavam relacionadas a qualquer iniciativa governamental que viesse a aumentar o controle da mídia, a reserva de mercado publicitário e a prevenção do fortalecimento de um grupo político (MIOLA, 2012).

A relação de interesses é operada por agentes e instituições de três campos, conforme a classificação de Miola. O primeiro deles são os agentes e instituições do campo político. No caso dos favoráveis ao projeto da EBC, ela tem dois polos – um ligado às bases de apoio do Partido dos Trabalhadores e o outro que entenderia a necessidade de ter a estatal como uma maneira de fortalecer os canais de comunicação com a sociedade. Essa condição configura os representantes de dois grupos de situação que iriam se digladiar por espaço no projeto: Ministério da Cultura e Secom, respectivamente.

Por sua vez, a oposição é representada por aqueles que defendem uma visão neoliberal, um estado mínimo, que não aceita a criação de uma estatal de comunicação, já que o serviço pode ser prestado pela iniciativa privada; e aqueles que por interesses econômicos sustentam um discurso de oposição à radiodifusão pública por serem detentores de concessão. Esse último constitui a bancada do rádio em linha com as ações da Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e TV (Abert).

Os agentes e instituições do campo da comunicação são compostos por representantes da sociedade civil, que se articularam no Fórum, como o coletivo Intervezes e o FNDC (Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação). Próximo a eles estão os veículos de

radiodifusão sem fins lucrativos. Em segundo estão situadas as empresas privadas de comunicação.

O terceiro corpo de agentes e instituições tem origem nas instituições e atores de outros campos políticos cujo o interesse é evitar a abertura de um novo segmento de mercado e evitar ainda mais a divisão do bolo publicitário, tanto de fonte pública quanto privada.

Tabela6: Distribuição dos interesses quanto à criação da EBC:

			Campo Mediático	Campo Político	Campo Econômico
Interesses favoráveis à EBC	Aumento da pluralidade política da informação veiculada	Interesse Público	x	x	
	Aumento da qualidade da oferta de conteúdos televisivos (educação, cultura e entretenimento)	Interesse Público	x		
	Democratização do acesso aos meios de produção audiovisual através da produção independente	Interesse Público	x		x
	Fontes estáveis e autônomas de financiamento para a radiodifusão pública	Interesse Público	x		x
	Instituição do controle público nas emissoras de radiodifusão	Interesse Público	x	x	
	Regulação do campo público da comunicação	Interesse Público	x	x	
Interesses ambíguos	Cessão de direitos de exibição de partidas esportivas adquiridas por emissoras comerciais	Público/ Privado	x		x
Interesses contrários à EBC	Legalização da exibição de publicidade, contrária aos princípios da radiodifusão pública	Interesse Público	x		
	Aumento da concorrência por audiência e por investimentos publicitários entre emissoras públicas e privadas	Interesse Privado	x		x
	Controle governamental das emissoras em detrimento do controle social	Interesse Privado	x	x	
	Desvio de recursos estatais de áreas prioritárias para o financiamento das emissoras	Interesse Público		x	x
	Divisão dos recursos publicitários investidos pelo Estado entre mais emissoras	Interesse Público	x		x
	Divulgação de informações que contrariam os interesses das empresas privadas e corporações financeiras	Interesse Público	x		x
	Uso das emissoras para o proselitismo de atores estatais	Interesse Privado		x	

Fonte: MIOLA, 2012, p.160

Miola, sobre os debates para o surgimento da EBC, diz que criar uma empresa de comunicação, nos dias atuais, envolve o desafio de alterar privilégios consolidados ao longo de muitas décadas. Em seu trabalho, a pesquisadora fez um levantamento da forma e volume de discussões feitas no Congresso e em jornais e revistas, tendo como partida o período após a realização do Fórum.

Em relação aos debates parlamentares, eles aconteceram quase que exclusivamente no período entre outubro de 2007 e abril de 2008. Ou seja, quando estava em tramitação a MP 398. “Isso demonstra a indisposição do Congresso em discutir em Plenário a regulação da

comunicação quando temas desse setor não estejam na pauta de votações” (MIOLA, 2012, p.195).

Os pronunciamentos configuram a disputa que já acontece no plano nacional com a polarização PT e PSDB.

A análise da distribuição dos pronunciamentos e argumentos entre os partidos demonstra o protagonismo exercido por deputados do PT, que são parlamentares da situação, e, atuando na oposição, PSDB e PFL/DEM, o que demonstra que a dimensão discursiva do jogo político está afinada com as disputas de poder que se manifestam na política nacional entre esses mesmos atores. Juntos, os deputados desses três partidos inseriram 69% dos argumentos debatidos no Plenário da Câmara (MIOLA, 2012, p. 201).

Na imprensa, o cenário não era muito diferente. Até março de 2007, nos veículos por ela monitorados – *Veja*, *Carta Capital*, *Folha de São Paulo* e *O Globo* –, a abordagem do assunto é praticamente nula. O tema radiodifusão surge apenas a partir das ações do governo. A única exceção é a *Carta Capital* que em 2006 já discutia o tema.

Como forma de verificar os temas tratados pela imprensa e o Congresso em torno da criação da EBC, Miola faz uma divisão dos temas abordados dentro de cada discurso a partir de eixos que resultaram no seguinte agrupamento de assuntos, que são aqueles que tiveram maior destaque ao longo do processo e como estiveram configurados em polos, às vezes, antagônicos: Processo de Produção da Decisão, Regulamentação da Comunicação, Caráter público e Valores da Radiodifusão Pública, Padrões de Qualidade e Técnico-administrativo.

No eixo interpretativo *Processo de produção da decisão*, os argumentos dos parlamentares se concentraram na discussão sobre a submissão do Poder Legislativo em relação ao governo. Segundo Miola, isso se deve ao fato de que naquele momento outras MPs se impunham na pauta do Congresso. Havia uma preocupação consistente das limitações que o caráter emergencial da proposta significava para a discussão e aperfeiçoamento da proposta. Já os defensores do governo contra-argumentavam garantindo que os eventos, como o Fórum, teriam sido suficientes para colher contribuições.

O eixo *Regulamentação da comunicação* reúne a temática da regulamentação da radiodifusão pública, da própria comunicação de massa em geral, a constitucionalidade da criação da EBC e a cessão dos direitos esportivos para emissoras públicas. Miola analisa que esse debate ficou centrado na possível inconstitucionalidade da MP 398 por não atender o caráter de urgência. Ela veio acompanhada pela resposta da situação de que ela supriria uma lacuna legal por regulamentar o campo público, como previsto na Constituição de 1988.

Parlamentares do DEM, do PPS e do PSDB, no plenário, argumentaram que a tentativa de criar a EBC seria mais uma ação do governo no sentido de controlar o sistema de mídia.

No plano da imprensa, interessante foi a abordagem sobre a retirada da exclusividade de eventos esportivos quando a transmissão não fosse feita pelos detentores dos direitos. Miola aponta que a *Folha de S.Paulo* foi o periódico que mais deu destaque ao assunto. “Mesmo o jornal O Globo, periódico mais importante do grupo de comunicação que tradicionalmente adquire exclusividade de transmissão dos eventos mais assistidos, absteve-se de argumentar em favor de seus próprios interesses, publicando apenas uma fala do relator Walter Pinheiro justificando sua proposta” (MIOLA, 2012, p.225).

O eixo *Caráter público e valores da radiodifusão pública* reúne as discussões sobre o nível de autonomia da EBC, as funções educativa, cultural desempenhadas pela radiodifusão e a necessidade de haver espaços de participação da sociedade na gestão da empresa.

O debate na Câmara demonstra controvérsias entre os deputados defensores da EBC e aqueles contrários à MP 398. A primeira delas trata do caráter público ou estatal da empresa. Todos os argumentos sobre a provável manipulação da emissora por parte do governo, no intuito de tornar a TV Brasil um veículo de propaganda estatal, foram enunciados por parlamentares da oposição. Enquanto isso, dos 23 argumentos que refutavam esse discurso, 21 foram proferidos por deputados governistas. (MIOLA, 2012, p.226)

Outro motivo de controvérsia foi em relação à composição do conselho curador. A discordância principal se deu em decorrência da forma de seleção dos participantes. Nesse aspecto, mesmo parlamentares da base de sustentação defenderam que seria necessário o aperfeiçoamento da proposta (Ibidem).

Quanto às funções culturais e educativas da EBC e seus veículos, houve pouco conflito. Apenas um grupo da oposição, formado por deputados do PSDB e DEM, conforme Miola, argumentou que a televisão pública seria um modelo desnecessário e ultrapassado.

Em *Padrões de qualidade e radiodifusão pública*, Miola destaca os discursos que se ocuparam de tratar da qualidade da programação das emissoras públicas, a relevância dos índices de audiência como ferramenta para aferir a qualidade do que é veiculado, a publicidade, distribuição de conteúdo e a validade de tomar referências internacionais como modelo.

A maior parte dos parlamentares defendeu que a programação dos veículos públicos é superior. Porém, a veiculação de publicidade gerou controvérsia. Segundo a pesquisadora, não

houve clivagem clara entre partidos da oposição e situação. Mesmo alguns deputados do PT se mostravam contrários.

Na imprensa, o assunto mereceu a seguinte apreciação:

Assim como na Câmara, a questão da programação teve o maior volume de debate dentre as temáticas desse eixo interpretativo. Também como no Plenário, o argumento de que a qualidade da programação das emissoras públicas é superior ao das emissoras comerciais foi apresentado mais vezes do que seu contra-argumento. Os atores citados para defender a programação das emissoras públicas foram oriundos de vários setores (especialistas, leitores, jornalistas e colunistas, outros profissionais do campo e, especialmente, representantes do campo público da radiodifusão e da presidência da república). Já o argumento de que as emissoras comerciais têm uma programação de maior qualidade foi apresentado especialmente por jornalistas ou colunistas, com destaque para os artigos de Nelson Motta, da Folha de São Paulo (MIOLA, 2012, p.232)

Nos *Aspectos técnico-administrativos*, houve discussão em torno da administração, financiamento, condições de estrutura, digitalização da empresa e localização da sede. Miola verificou que a maioria dos argumentos da oposição contra a EBC e a TV Brasil dizia que os recursos seriam altos e poderiam ser mais bem aplicados em saúde e educação. Outros partidos, mesmo não integrando a base governista, como o PSOL, sustentaram a relevância da radiodifusão pública como política estratégica que precisa ser financiada por meio de fundos, sem a dependência direta do Tesouro. O argumento deu amparo à proposta do relator Walter Pinheiro para incluir a Contribuição para o Fomento da Radiodifusão Pública.

A definição da sede gerou uma discussão com tom regionalista. Havia, na época, dúvida sobre onde deveria estar localizada a EBC. O Rio de Janeiro despontava com certa força por ser o local onde estava instalada a maior estrutura de televisão, até então, em virtude da TVE. A capital fluminense também contava com a rádio Nacional do Rio e as emissoras MEC.

Porém, o grupo ligado à Secom acreditava que a sede deveria ser em Brasília por uma questão estratégica. Entretanto, as deficiências na área de televisão eram de todos os aspectos. A TV Nacional, que foi umas das emissoras que formaram a TV Brasil, tinha graves problemas com falta de equipamentos e profissionais.

Mesmo no período da gestão de Eugênio Bucci, marcada pelo seu relato em uma ação para readequar a situação institucional e de infraestrutura dos veículos de radiodifusão do Poder Executivo, o investimento no segmento televisão foi baixo. No período, foi criado apenas um programa na TV Nacional, o *Diálogo Brasil*, que foi feito por meio de uma parceria entre a TVE do Rio de Janeiro e a TV Cultura, de São Paulo.

Conforme Valente (2009), a opção foi por um modelo de programação que não apostou na produção própria. A grade foi preenchida com produções já existentes em outros veículos públicos. Foi a única maneira encontrada para manter a emissora no ar, uma vez que devido à falta de recursos era difícil produzir conteúdo local, como narra o diretor de jornalismo da Radiobrás e que viria a ser diretor de serviços da EBC, José Roberto Garcez:

Nós tínhamos uma situação terrível do ponto de vista orçamentário. Não tínhamos recurso para produção local. A TV carecia de muito investimento do ponto de vista técnico. Era absurdo o sucateamento. Nosso orçamento para a compra de equipamentos era ridículo. Como é que vamos dar cara local se não temos condição de produção? Foi aí que buscamos a solução de encontrar na busca de conteúdos de várias praças uma tentativa de se identificar com o público de Brasília que é disperso do ponto de vista da sua origem. Vamos procurar atender não ao local de vida desta pessoa, mas sim a sua origem. Então vamos buscar nas cidades programas que falem destas culturas (Garcez *apud* VALENTE, 2009, p.86).

Ir para o Rio de Janeiro parecia à primeira vista o caminho natural para a EBC e a recém-criada TV Brasil. Quando a emissora começou a operar em dezembro de 2007, como o controle-mestre ficava no Rio de Janeiro, parte considerável das operações era feita da capital carioca. No parlamento, as discussões, nesse sentido, não foram formadas no tradicional bloco de oposição versus situação, mas com caráter regionalista. O mesmo se estendeu, de acordo com Miola, para o discurso perpetrado pela imprensa. No final, prevaleceu o direcionamento político dado pelo Palácio do Planalto da implantação da sede no Distrito Federal.

A questão técnica ainda foi motivo de debate nos veículos noticiosos:

A maioria dos argumentos publicados sobre essa temática afirmavam que a inauguração da empresa (em 02/12/2007) foi apressada para coincidir com o lançamento da TV digital no país, mas que não houve incrementos na programação nem ampliação da distribuição do sinal aberto da principal emissora da EBC. Esse argumento foi o mais recorrente na revista *Carta Capital* e nos jornais *Folha de São Paulo* e *O Globo*, onde os atores apresentarem essa justificação foram os jornalistas e os colunistas (além dos próprios veículos, em matérias não assinadas). Daniel Castro (então colunista de entretenimento da *Folha*), por exemplo, publicou o argumento sobre a manutenção da programação tradicional e a precariedade do sinal da TV Brasil em oito colunas ao longo de todo o período analisado.

A contra-argumentação – que afirmava ser normal a demora no lançamento da nova programação e que a instalação de novas retransmissoras e canais estavam subordinados a burocracia estatal – foi apresentado por Tereza Cruvinel à *Folha de São Paulo* e à revista *Veja* (a revista *Carta Capital*, e o jornal *O Globo* não publicaram justificativas favoráveis à EBC quanto a essa temática) (MIOLA, 2012, pp.237-238)

A presidente da estatal teria garantido à época que efetivamente a nova programação iria estar disponível ao público em março de 2008 (VALENTE, 2009).

O lançamento da emissora em dezembro não era por motivo técnico, mas político. Iniciar as operações antecipadamente permitiria pressionar a base aliada pela aprovação da matéria. Por isso, o início de 2008 foi marcado pelos debates no Congresso Nacional, já apontados aqui, até a conversão da MP em lei. O texto foi promulgado em abril.

O preâmbulo da lei identifica a legislação com a finalidade de instituir os princípios e objetivos da radiodifusão pública explorados pelo Poder Executivo. Ao fazer isso, os veículos, que antes pertenciam à Radiobrás e eram nada mais que suporte de mídia da Presidência, passaram a ter outro caráter. Em vez de atender a diretrizes governamentais, como era feito no Regime Militar, os princípios da lei 11.652 diz que os veículos devem promover o acesso à informação, ter produção e programação com finalidades educativas, artísticas, culturais, científicas e informativas, estimular a cultura nacional com produções regionais e independente e não realizar discriminação religiosa, político-partidária, filosófica, étnica, de gênero ou de opção sexual. O texto também diz que a EBC tem autonomia em relação ao Governo Federal para definir produção, programação e distribuição de conteúdo (BRASIL, 2008).

Os objetivos, por sua vez, têm amparo na ideia de atendimento à diversidade, aos direitos das minorias e de formação crítica, que devem nortear os veículos públicos. Eles indicam como os conteúdos devem ser produzidos. Segundo a lei, a TV Brasil e os demais veículos da EBC precisam, entre outros aspectos, “oferecer mecanismos para o debate público acerca de temas de relevância nacional e internacional”; “desenvolver a consciência crítica do cidadão” e “fomentar produção audiovisual nacional, contribuindo para a expansão de sua produção e difusão” (Ibidem).

O descritivo sobre os princípios e objetivos foram avaliados pelo diretor geral da EBC, no período 2011-2014, Eduardo Castro, como valores que atendem ao que foi proposto pelo Fórum Nacional de TVs Públicas. De acordo com o dirigente da estatal, este trecho da lei é “quase que a reprodução da *Carta de Brasília*” (CARVALHO, 2013, p.96).

A crítica em relação à lei está principalmente no disposto no parágrafo 5º: “Fica o Poder Executivo autorizado a criar a empresa pública denominada Empresa Brasil de Comunicação S.A. - EBC, vinculada à Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República” (BRASIL, 2008).

Devido à organização da estrutura de Poder no Brasil, cada órgão público – autarquia, fundação pública, empresa pública – precisa ter um órgão superior. O impacto mais preciso

desse vínculo EBC-Secom é que seu orçamento majoritariamente deriva daquilo que a Presidência impõe. Não há, portanto, autonomia financeira.

Uma das possibilidades para redução da dependência é por meio da veiculação de publicidade para órgãos da administração pública que, conforme estipulado pela lei, pode acontecer por dispensa de licitação. O que, em certa medida, não resolve o problema do orçamento, uma vez que a empresa fica dependente do interesse de outros entes públicos em anunciar nos veículos da empresa.

A empresa ainda está autorizada a receber doações, apoio cultural, recursos nacionais e internacionais por meio de convênios, realizar licenciamento de marcas e produtos. A lei 11.652 também diz que ela pode receber de outras fontes, desde que não comprometa os princípios da radiodifusão pública.

Na impossibilidade política de criar uma taxa semelhante à *license fee*, da Inglaterra, o artigo 32 da lei da EBC estabeleceu a Contribuição para o Fomento da Radiodifusão Pública. Ela tem “o objetivo de propiciar meios para a melhoria dos serviços de radiodifusão pública e para a ampliação de sua penetração mediante a utilização de serviços de telecomunicações” (Ibidem). Os valores, de acordo com a lei, devem ser pagos anualmente, até 31 de março. O acompanhamento da tributação, fiscalização e arrecadação é da Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel).

Quando foi feita a publicação da lei, o usuário do serviço móvel de telefone, radiotáxi e radioamador, por exemplo, deveria pagar R\$ 1,34. A cobrança se estende para 49 tipos de serviço, sendo que em alguns deles, a tributação é para o usuário e outro para a responsável pela base. Os valores chegam a R\$ 1.703 como é o caso do serviço de radiodifusão de sons e imagens instalados em cidades com mais de cinco milhões de habitantes.

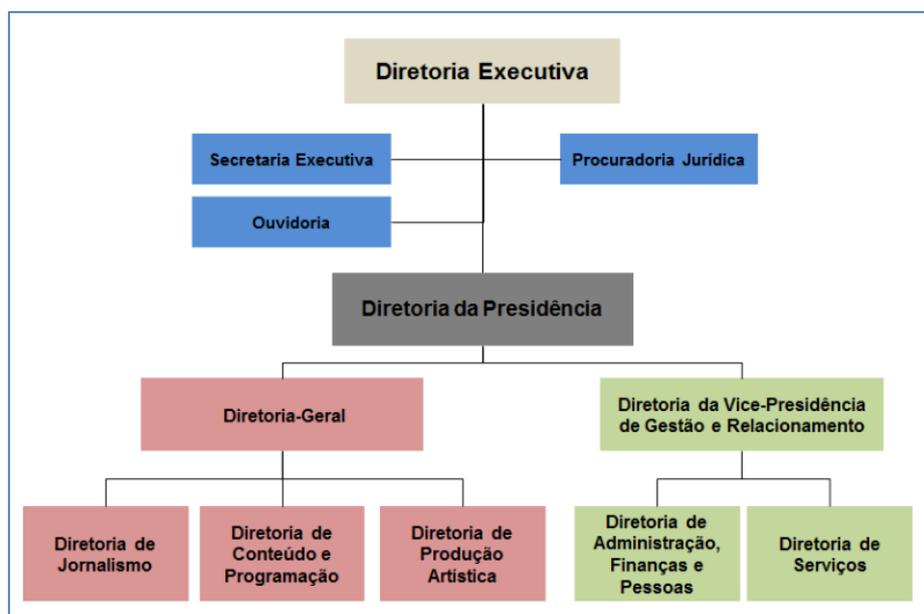
Em termos de organização jurídica, a estatal ficou constituída como uma sociedade anônima de capital fechado, sendo que a União deve deter, no mínimo, 51% das ações. A formação do patrimônio da EBC foi feita por dotações orçamentárias e a parte da integralização da Radiobrás, inclusive, absorvendo seu quadro de pessoal.

O contrato com a Acerp, que foi firmado com a União em 1998, foi repactuado por 36 meses. A medida possibilitou que a instituição ficasse ainda na gestão e controle de alguns veículos, entre eles rádios MEC e TV Brasil, na unidade do Rio de Janeiro.

Para o controle da estatal, ficou definido que ela é composta por um conselho de administração e a diretoria executiva. Ela ainda tem um conselho fiscal e o conselho curador.

Para a diretoria executiva, a lei diz que ela será formada por um diretor-presidente com mandato de quatro anos com possibilidade de uma recondução, um diretor geral, e até seis diretores. Todos eleitos e destituíveis pelo conselho de administração.

Figura 3. Organograma institucional da EBC:



Fonte: EBC, 2014

Sobre o conselho, a composição é de 15 representantes da sociedade civil, quatro ministros de Estado, um representante da Câmara dos Deputados, um do Senado e um representante dos funcionários.

O mandato dos conselheiros da sociedade civil é de quatro anos com uma recondução. Como competência do Conselheiro Curador está deliberar sobre a política de comunicação proposta pela diretoria executiva, sobre a linha editorial e zelar pelo cumprimento da lei 11.652. O conselho ainda tem a prerrogativa de imputar voto de desconfiança a qualquer um dos integrantes do corpo diretivo da estatal.

O interessante, ao observar a organização administrativa, é a existência de mandato no conselho curador e para o diretor-presidente. É uma maneira da lei, pelo menos tentar, blindar os setores e evitar que aqueles que detêm o poder de nomear e exonerar servidores possam fazer isso com o interesse de controlar a programação e o conteúdo.

Apesar destas prerrogativas, Bucci (2013) critica a organização institucional da EBC. Segundo ele, as competências do conselho curador são mais consultivas do que deliberativas e sequer arranham aquelas do conselho de administração.

Novamente em relação à lei, ela criou uma ouvidoria com a tarefa de exercer a “crítica interna da programação por ela produzida ou veiculada, com respeito à observância dos princípios e objetivos dos serviços de radiodifusão pública, bem como examinar e opinar sobre as queixas e reclamações de telespectadores e rádio-ouvintes referentes à programação” (BRASIL, 2008). O ouvidor geral também tem mandato. São dois anos com uma recondução.

Sobre o conteúdo, a EBC deve manter em seus veículos o mínimo de 10% de conteúdo regional e 5% de conteúdo independente em sua programação semanal a ser veiculado em horário compreendido entre as 6h às 24h. A lei ainda definiu como o Poder Executivo deve entender os dois termos:

I - conteúdo regional: conteúdo produzido num determinado Estado, com equipe técnica e artística composta majoritariamente por residentes locais;

II - conteúdo independente: conteúdo cuja empresa produtora, detentora majoritária dos direitos patrimoniais sobre a obra, não tenha qualquer associação ou vínculo, direto ou indireto, com empresas de serviço de radiodifusão de sons e imagens ou prestadoras de serviço de veiculação de conteúdo eletrônico (BRASIL, 2008).

A lei obrigou as prestadoras de televisão por assinatura a tornar disponíveis, em todos os planos, os canais da EBC, Senado, Câmara, Supremo Tribunal Federal e a emissora oficial do Poder Executivo, a NBR.

No plano político, após a promulgação da lei, a gestão da EBC foi marcada pela intensificação de um conflito entre os dois grupos que formavam a diretoria da empresa. De um lado estavam os jornalistas ligados à Secom; do outro, os cineastas que representavam o grupo do MinC que capitanearam junto à sociedade civil as discussões do Fórum Nacional de TVs Públicas.

A disputa começou ainda na fase de implantação da empresa, quando aconteciam as discussões para edição da MP. A escolha da Secom como órgão superior da EBC, além das críticas de diversos setores da sociedade, gerou insatisfação da equipe ligada ao MinC.

Em sua leitura a partir do MinC, Rocha analisa que uma televisão que queira ser “pública, e não estatal, não deveria estar na área de influência do órgão responsável pela comunicação social da Presidência. A vinculação da emissora à Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República atenta contra a Constituição Brasileira” (ROCHA, 2013, p.96).

A respeito disso, Murilo Ramos, professor da UNB e membro do conselho curador da EBC, em entrevista a Revista Eptic, argumenta que “o maior problema decorrente desse arranjo foi atrelar, de direito e de fato, a EBC à estrutura de comunicação do governo (...) Daí, a importância de se fazer, hoje, com urgência uma revisão do modelo institucionalizado da empresa” (Murilo Ramos *apud* LOPES, 2013, p.8).

A expectativa era que a TV Brasil fizesse parte da estrutura do Ministério da Cultura. Até hoje, há reverberações deste debate. O ex-presidente da Radiobrás, Eugênio Bucci, publicou um artigo intitulado *TV Brasil: pública, estatal ou governamental*. No texto, Bucci afirma que o vínculo com a Secom torna a EBC “parte orgânica da estratégia do Palácio do Planalto para construir e preservar a boa imagem do governo” (BUCCI, 2011).

Em outro artigo, Bucci (2013) atacou de maneira veemente a lei 11.652 e o modelo institucional criado para a EBC e seus veículos. O texto diz que, apesar das diferenças trazidas com a lei 11.652 na cultura da comunicação pública, a estrutura legal torna difícil caracterizar os veículos da estatal como emissoras públicas.

Em linhas gerais (regimentais, estatutárias, legais), a EBC é uma estatal como as outras – muito parecida, a propósito, com a velha Radiobrás. Ela almeja fazer comunicação pública, não governamental, mas ainda não chegou lá. A sua conformação legal não corresponde àquela que deveria ter uma emissora verdadeira pública. O que lhe falta, essencialmente, é exatamente isto: independência (BUCCI, 2013, p.127).

Bucci faz uma analogia em determinada ocasião ao dizer que a EBC seria a Radiobrás sem “eira”. Isso porque a sigla da EBC é Empresa Brasil de Comunicação. A Radiobrás, por sua vez, chamava-se Empresa Brasileira de Comunicação. Bucci defende que, apesar das mudanças que a lei acarretou, certos traços da cultura organizacional da Radiobrás ainda sobrevivem dentro da nova estatal. Para ele, mesmo com as transformações implementadas, as deficiências estruturais e a falta de autonomia fazem com que a EBC tenha certa semelhança com a antiga Radiobrás.

De acordo com Bucci, existe uma vocação pública. O regime de controle pelo Poder Executivo, porém, impede sua consolidação. Para Bucci, tal situação inicia pelos cargos de diretor-presidente e diretor geral que são nomeados pela Presidência da República, enquanto que, em outros lugares do mundo, os nomes são indicados por um conselho.

Para ele, a EBC ainda está vulnerável ao Palácio do Planalto. “Todas as estatais desfrutam de autonomia relativa. Entretanto, ligada ao Planalto, a EBC pode até ter autonomia

(pouca) em termos administrativos, mas tem pouquíssima autonomia editorial e jornalística. A autonomia jornalística não combina com palácios de governo” (BUCCI, 2013, p.129).

Há certa ingenuidade na visão de que colocar a EBC vinculada ao Ministério da Cultura iria evitar ingerências políticas. O que poderia acontecer é a mudança do farol das críticas. No relacionamento com a Secom, o alvo preferencial das críticas é o departamento de jornalismo, apontado como uma extensão do Palácio. Se o órgão superior da estatal fosse o MinC, a insatisfação poderia ser com a área de conteúdo, produção e programação, que sofreria com comentários sobre o atendimento a uma visão unilateral de cultura.

Assim, do mesmo jeito que o jornalismo público não pode ser um relato favorável ao governo da vez, o conteúdo de um veículo não deve conter sectarismo, porque no dia que um dirigente da Cultura determinar, por exemplo, que o encaminhamento da grade da televisão pública deve privilegiar a alta cultura, as manifestações populares serão esquecidas.

Observando, inclusive, o noticiário dos anos 2012, 2013 e 2014 sobre a área cultural, o sonhado vínculo com o MinC poderia ter significado menos recurso em caixa. Basta verificar os problemas financeiros enfrentados por instituições tradicionais ligadas à pasta, como a Cinemateca Brasileira e a Biblioteca Nacional.

Como a existência de um órgão superior é inevitável, a configuração adequada é o Ministério das Comunicações (Minicom). O órgão tem como competência a outorga e fiscalização dos serviços de radiodifusão. A implementação do sistema de televisão digital também é sua prerrogativa.

Por sua vez, a lei 11.652 obriga a EBC a estimular a integração dos veículos públicos de rádio e televisão. Tais aspectos colocam lado a lado as duas instituições. A aproximação entre a EBC e o Minicom ficou nítida em 17 de janeiro de 2014 com a edição da portaria nº 4. Nela, o Ministério permite a empresa de radiodifusão solicitar novas consignações de rádio e televisão, desde que os veículos passem a integrar a rede de afiliadas da EBC. O documento ainda garante que, se não houver canal vago na localidade de interesse, o Ministério das Comunicações fará solicitação à Anatel e, também, sinaliza que se a nova emissora não estiver apta a produzir programação própria, poderá apenas retransmitir o sinal das rádios e da TV Brasil.

Novamente sobre os desafios institucionais durante a fase de implantação da EBC e da TV Brasil, a direção teve que lidar com conflitos internos. Logo após a publicação da MP 398, o relacionamento entre jornalistas e cineastas teria continuado tenso.

O equilíbrio delicado entre os dois grupos foi marcado por conflitos frequentes que dificultaram os primeiros passos da recém-criada empresa, da montagem da equipe à definição da grade de programação. Houve dificuldades para chegar a uma síntese que expressasse um projeto do conjunto dos atores envolvidos para os veículos da EBC (VALENTE, 2009,p.141).

O estopim foi a saída dos diretores da EBC que eram ligados ao MinC. Em carta endereçada aos produtores audiovisuais, Orlando Senna, então diretor geral, explicou seus motivos para se desligar da empresa. Ele ficou na empresa por oito meses. No texto, ele afirmou que a atividade na EBC era encarada como uma missão e que fazia parte das políticas públicas implementadas pela Secretaria do Audiovisual, como o DOCTV, Revelando Brasis, Jogos BR, Programadora Brasil e outros.

A ação principal desse foco *New Media* foi, naturalmente, projetar um sistema de comunicação pública de âmbito nacional, trabalho realizado no período de quatro anos, com participação direta das emissoras e organizações dos campos público e privado, produtores independentes e regionais, academia, especialistas em comunicação e as diversas áreas do governo envolvidas no assunto --movimento que culminou com o Fórum Nacional de TVs Públicas, em maio de 2007, palco da decisão e do anúncio do presidente Lula de criar a TV Brasil (na verdade, a EBC, operadora de emissoras de TV e rádio e de uma plataforma web). A missão de instalar a EBC foi entregue pelo presidente Lula à Secom – Secretaria de Comunicação Social e ao recém empossado ministro Franklin Martins.

Essa meta foi alcançada graças à tenacidade e à firmeza do ministro Gil, do secretário executivo do MinC Juca Ferreira e de uma equipe de jovens gestores públicos de alto quilate, dos quais devo mencionar Manoel Rangel, Mário Diamante, Alfredo Manevy, Sérgio Sá Leitão, Paulo Alcoforado, José Araripe e, deixados por último para serem destacados, Leopoldo Nunes e Mário Borgneth. A minha atuação como Secretário do Audiovisual, comandando essa equipe que gestou a TV Brasil, motivou o convite dos ministros Gil e Franklin Martins para que participasse, também, na implantação do projeto, convite igualmente dirigido a Leopoldo Nunes e Mário Borgneth (SENNA, 2008).

A saída aconteceu, segundo ele, por discordar da forma de gestão da estatal, o excesso de poderes concentrados na presidência da estatal – o que foi classificado como engessamento administrativo. Ele reclamou que sua diretoria estava desprovida de autonomia e mobilidade necessária para o tipo de negócio que deveria realizar. Senna afirmou também que não poderia concordar com a gestão que teria induzido a exoneração de Mario Borgneth, que teria sido “o excepcional articulador e executivo que organizou e coordenou o seminal Fórum de TVs Públicas” (Ibidem).

Na parte final da carta, Senna disse que continua a acreditar no projeto da EBC e da TV Brasil, mas afirmou que “a EBC terá de solucionar várias questões para alcançar o seu objetivo de empresa pública de comunicação moderna, democrática e financeiramente

saudável” (Ibidem). Após o pedido de exoneração de Senna, algum tempo depois foi a vez de Leopoldo Nunes deixar a EBC.

A presidente da EBC, Tereza Cruvinel, deixou o cargo em 31 de outubro de 2011, quatro anos após tomar posse. Segundo a lei da estatal, o diretor-presidente tem mandato de quatro anos com possibilidade de uma recondução. Em texto no Portal EBC, Cruvinel destacou os seguintes pontos como aspectos positivos de sua gestão:

a criação da TV pública em âmbito nacional; a articulação de uma rede pública de televisão; a implantação de uma sólida e consistente infraestrutura de produção e transmissão, de última geração; e a produção e difusão de conteúdos diferenciados e complementares, sempre observando os princípios da comunicação pública, entre outras (CRUVINEL, 2011).

Cruvinel afirmou também que nunca faltaram recursos e garantiu que o governo federal cumpriu todos os compromissos orçamentários. Mesmo assim, asseverou que jamais enfrentou ingerência no conteúdo. A saída do cargo teria sido, segundo o relato oficial, “por motivos familiares e políticos, decorrentes de divergências com alguns integrantes do conselho curador da EBC” (Ibidem). No entanto, o motivo foi por um conflito entre a presidente e integrantes do conselho, em decorrência da programação da TV Brasil.

Tudo começou no primeiro semestre de 2010 com a reclamação encaminhada à ouvidoria por um telespectador:

A Constituição Federal de 1988 foi bem clara ao afirmar em seu Artigo 19, Inciso I, que “é vedado à União, aos estados, ao Distrito Federal e aos municípios: estabelecer cultos religiosos, subvencioná-los, embaraçar seu funcionamento ou manter com eles relações de dependência ou aliança, ressalvada, na forma da lei, a colaboração de interesse público”. Portanto, a existência de programas de cunho religioso na TV Brasil, uma emissora pública, é uma afronta à Constituição. Exijo, na condição de cidadão brasileiro, que a TV Brasil retire todos os programas de cunho religioso da sua grade de programação caso contrário, caberá denúncia ao Ministério Público e, possivelmente, uma ação civil pública contra a TV Brasil. O Estado brasileiro é um Estado laico! Respeitem a nossa Constituição! (*apud* LIMA, 2010).

A reclamação amparava-se no princípio de que o Estado brasileiro por ser laico não pode permitir que um veículo mantido com orçamento público privilegiasse um segmento religioso. A própria Lei da Radiodifusão Pública (BRASIL, 2008) recupera este assunto ao estabelecer como um dos seus princípios a “não discriminação religiosa, político partidária, filosófica, étnica, de gênero ou de opção sexual”.

A intensificação do debate iria ser uma das divergências entre o conselho curador e a presidência da empresa. Antes do enfrentamento tornar-se visível, o conselho realizou uma consulta pública com o objetivo de formular uma política de produção e distribuição de conteúdo religioso. Foram recebidas 141 manifestações sobre o assunto, no período de 4 de agosto a 19 de outubro de 2010. Entre os autores das mensagens há líderes religiosos, representante da comunidade de ateus e acadêmicos. Na prática, os resultados serviram para acirrar as disputas de gabinete entre o conselho e a diretoria.

O deterioramento das relações fica evidente na última reunião do ano quando é perceptível por meio da ata que a presidência tentava manter os programas no ar. O discurso mostra que a própria concepção sobre radiodifusão pública parecia ser confusa para alguns integrantes da diretoria.

Essa televisão não é Estatal. Isso está em todos os estatutos legais de sua criação. A empresa EBC é uma empresa do Estado brasileiro, por ter o Estado brasileiro como acionista. Os canais são públicos e devem ser geridos como tal. Para isso, foram criadas instituições como o conselho, que substitui o Estado. Quem nos fiscaliza não é o Estado, no caso da televisão pública, é o conselho, a ouvidoria, a sociedade, através de formas diretas e indiretas. E sendo essa televisão pública e não Estatal, acho que essa discussão deve evitar a relação com a natureza laica do Estado. O Estado é laico, mas a televisão não é Estatal, é pública (Tereza Cruvinel *apud* CONSELHO CURADOR, 2010, p.2).

Os argumentos da presidente mostram quanto a dificuldade em lidar com o conceito de radiodifusão pública no país permite que ele se molde aos vários tipos de interesse. Esse assunto iria se acirrar no ano seguinte. No dia 12 de março de 2011, o conselho curador aprovou uma resolução para a saída dos programas do ar em setembro. Iriam desaparecer o *Reencontro*, programa da Igreja Batista, exibido aos sábados, e a *Santa Missa*, da Igreja Católica, aos domingos. A medida também alcançava a Rádio Nacional de Brasília que veiculava a missa dominical.

O conselho determinou ainda que a diretoria executiva empreendesse medidas para compor uma faixa religiosa que atendesse ao princípio da diversidade. No período entre a decisão do conselho e a exclusão dos programas da grade, a ouvidoria recebeu 87 manifestações do público. Duas eram a favor e 85 contra a medida. Em setembro, uma semana antes da mudança, a Justiça Federal concedeu liminar favorável para a permanência (LIMA, 2012).

Em audiência no Senado, a presidente da EBC, Tereza Cruvinel, explicou que o impasse se deve ao fato de que “a EBC ‘herdou’ programas das emissoras que compõem a rede, entre os quais os programas religiosos” (*apud* SENADO, 2011). A proposta da área de

programação era conceder espaço para as próprias instituições religiosas produzirem. A distribuição do tempo seria assim: 26 minutos para católicos; 26 minutos para evangélicos; 26 minutos para programas afrobrasileiros; e 13 minutos para outros grupos. A divisão, segundo Cruvinel, teve por base dados do Censo de 2010 e a importância da matriz africana na formação cultural brasileira.

O conselho curador, representado por Daniel Araão, disse que o órgão não era contra os programas, mas que eles deveriam ser produzidos pela própria EBC. O conselheiro considerou ilegítimo privilegiar grupos religiosos que já têm concessões de radiodifusão. Para ele, lotear a grade entre as religiões é de difícil implementação, pela falta de critérios para definir como ocupar esses espaços, uma vez que apenas a Igreja Católica tem uma organização centralizada.

Pouco tempo depois, reportagens publicadas nos jornais *O Globo* e *O Estado de S. Paulo* deram ênfase à saída de Cruvinel em decorrência da relação com o conselho curador. Bem no início da matéria do periódico carioca, os repórteres apontam que a ex-diretora classificou o desligamento da EBC como resultado de processo de desqualificação da sua gestão.

De acordo com o relato do jornal *O Globo*, a crise aconteceu devido a discordâncias em torno da faixa religiosa da TV Brasil. Enquanto o conselho defendia o fim dos programas católicos e evangélicos que eram veiculados na TV Brasil e no sistema público de rádio<sup>29</sup>, a diretoria executiva queria a continuidade deles com a flexibilização na forma de abordagem. A intenção seria inserir outras manifestações religiosas não contempladas.

É verdade que o conselho curador não desejava a minha recondução. Isto foi explicitado em mais de um momento. Vocês que me conhecem, acham que eu sou tão estúpida que eu iria querer ficar nesse cargo sofrendo esse tipo de ameaça? Em defesa da minha reputação profissional, eu preciso dizer: eu não sou burra! Os caras estão falando que, se eu ficar, vão fazer um negócio para me tirar. O conselho está me ameaçando de fazer impeachment. Fui eu quem levei esse problema (à presidente). O governo não tem nada com isso. O problema é entre eu e o conselho (Tereza Cruvinel *apud* MALTCHIK; DAMÉ, 2011).

Na reportagem do *Estado de S. Paulo*, as possíveis disputas entre a Presidência da EBC e o conselho ficam mais evidentes. O texto relata que Cruvinel propôs ao Palácio do Planalto alterações na lei da EBC. Uma delas seria a mudança no papel do conselho. A ex-

---

<sup>29</sup> O Sistema Público de Rádio é formado pelas rádios Nacional do Rio de Janeiro, Rádio Nacional AM e FM de Brasília, MEC AM e FM, Rádio Nacional da Amazônia, Nacional do Alto Solimões e Radioagência.

presidente afirmou que em determinada ocasião o conselheiro Daniel Araújo teria dito que “sua função é trabalhar, a minha é te controlar” (Tereza Cruvinel *apud* DOMINGOS, 2011).

Na ocasião da saída de Cruvinel, a presidente do conselho curador, Ima Vieira, negou que o órgão tenha trabalhado para derrubar a gestora da estatal. Ao jornal *O Globo*, Vieira afirmou que “é lamentável que a Tereza faça esse tipo de acusação sem propósito sobre o conselho. Sempre fomos respeitosos. Discordo dessa tese de que o governo tem que ter mais poder na escolha dos conselheiros e estamos em constante aperfeiçoamento do processo de escolha (dos conselheiros)” (Ima Vieira *apud* MALTCHIK; DAMÉ, 2011).

Tereza Cruvinel foi substituída pelo jornalista Nelson Breve<sup>30</sup>. Na posse, o novo presidente fez um discurso em que buscou enfatizar a necessidade de integração e colaboração mútua em torno do projeto da EBC. Segundo o *release* publicado no Portal EBC, encerrava-se, conforme Breve, o primeiro ciclo de vida da TV pública. Em sua gestão, iniciava-se, então, a segunda infância que deveria ser marcada pela criação de uma personalidade própria. “Pra isso terá que consolidar seu sistema de produção de conteúdos, sua estrutura de distribuição, sua rede de parcerias, seu modelo de financiamento e sua organização administrativa” (EBC, 2012).

É interessante observar, neste caso, é quanto a perspectiva do que é a TV Brasil está atrelada ao projeto EBC. Apesar da empresa ainda ter outros veículos, como o sistema de rádios, a emissora televisiva aparece com maior interesse institucional em diversos campos. No próprio conselho curador, por exemplo, que deveria observar todos os meios, as discussões da programação do canal ocupa, em geral, a maior parte do tempo.

Essa relação projeto EBC e TV Brasil está ligada à gênese delas. A EBC foi criada para receber uma proposta que já estava em curso de uma emissora pública de abrangência nacional. Por isso, a TV Brasil é um veículo que surgiu de enfrentamentos políticos, de toda ordem e que, no aspecto técnico, tem a sua origem marcada por deficiências estruturais.

### **3.3 TV Brasil: modos de operação**

A TV Brasil entrou no ar em 2 de dezembro de 2007. Ela é resultado da fusão de três emissoras: a TVE do Rio de Janeiro, a TVE do Maranhão e a TV Nacional, de Brasília. A sua

---

<sup>30</sup> Nelson Breve é jornalista graduado pela Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP). Foi repórter do Diário da Grande ABC, Diário do Povo, rádios Eldorado e CBN, Agência Estado e Jornal do Brasil. Foi gerente de comunicação da Confederação Nacional da Indústria. Foi assessor de imprensa do ex-ministro da Casa Civil José Dirceu. No segundo mandato do presidente Lula, foi secretário de imprensa da Presidência da República (PORTAL, 2012).

implementação aconteceu a partir da absorção do patrimônio da Radiobrás e a readequação na proposta de operação dos veículos de radiodifusão pública federal. Em vez de veículos alinhados com uma proposta de governo, a lei 11.652 obrigou a estatal, responsável pela gestão dela, a atender fundamentos como o direito à informação. Já no aspecto prático, foi a TVE do Rio de Janeiro que ofereceu o maior arcabouço técnico e a *expertise* necessária para o início das transmissões da emissora.

A emissora foi descrita pela EBC, em um material promocional, como “uma das maiores janelas de exibição do audiovisual independente no país, destinando a isso mais de 20% da sua programação. Além disso, em cinco anos, participou como coprodutora de cerca de 140 produções, entre documentários, séries, longas e curta-metragens” (EBC, 2012b). No mesmo texto, a estatal informa que o sinal da emissora chega a 100 milhões de brasileiros, graças à consolidação de uma rede aberta, em parceria com emissoras educativas estaduais e locais de diversos pontos do país.

A rede que a EBC se refere é a Rede Nacional de Comunicação Pública, identificada pela sigla RNCP. A lei 11.652 aborda sua constituição. No artigo 8, ao tratar das competências da EBC, a legislação diz que a estatal deve estabelecer cooperação com entidades públicas ou privadas para formar a RNCP. É também garantido o direito à dispensa de licitação na celebração de contratos com as entidades parceiras, admitindo prazo de até 10 anos. Para fazer parte da rede, as emissoras que vão se afiliar precisam ter programação compatível com as finalidades descritas pela lei da EBC.

Em 2008, a primeira iniciativa da EBC para ampliar o sinal foi a articulação dessa rede pública de televisão. Ela é formada por emissoras educativas, universitárias e comunitárias. Quando a lei 11.652 foi promulgada, a TV Brasil já estava presente em 19 estados, fora os canais próprios.

A articulação em rede permite a maior disponibilidade de sinal, mas também a troca de conteúdo entre as emissoras. Segundo a EBC, a maioria das 24 emissoras associadas a Associação Brasileira de Emissoras Públicas, Educativas e Culturais (Abepec) contribuem, desde o início, com o jornalismo na oferta de reportagens e na reprodução de parte da grade da TV Brasil. Até 2007, a TV Cultura de São Paulo fornecia aproximadamente 50% da programação das emissoras públicas de televisão regionais, a TVE do Rio de Janeiro cerca de 35% e a produção própria girava em torno de 15%. Ao longo de 2008, a equação se inverteu. A TV Brasil passou a fornecer cerca de 48% da programação, a TV Cultura, 30% e a produção própria média ficou em torno de 12%. Os dados estão descritos no Relatório de Gestão de 2008 da EBC.

Na comparação entre dezembro de 2007, quando a TV Brasil entrou no ar e as primeiras emissões para a rede aconteceram, com maio de 2008, algumas emissoras estaduais e locais tiveram um aumento considerável no percentual de programas da TV Brasil veiculados em sua grade. A TVE Alagoas teve um salto de 16%, em maio, para 87% em junho; a TV Universitária do Rio Grande do Norte passou de 12% para 50%; a TV Cultura de Santa Catarina foi de 3% para 82%.

A meta proposta pela gestora da TV Brasil, no relatório de atividades de 2008, era auxiliar as emissoras estaduais a produzirem quatro horas diárias de programação, a partir do apoio técnico e financeiro da EBC. “A partir da assinatura dos acordos, deve-se intensificar a produção de conteúdos regionais e a contribuição das emissoras para um jornalismo que expresse melhor a diversidade do país” (EBC, 2008).

O maior centro econômico do país, porém, teve que esperar para ter acesso à TV pública da EBC. Foram concedidos pela Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) dois canais para a TV Brasil em São Paulo: 68 digital e 69 analógico. O parecer da EBC, na época, sobre a condição desses espaços foi o seguinte: “Os canais inicialmente destinados pela Anatel (...) revelaram-se tecnicamente inviáveis, produzindo interferências que exigiram a substituição por novos canais no congestionado espectro paulistano” (Ibidem).

As providências para disponibilizar canais adequados acabaram retardando o início das transmissões em São Paulo. Inicialmente, a TV Brasil esteve disponível apenas pelo canal digital. O sinal analógico, recebido pela maior parte da população, somente começou a ter transmissões em 2009.

Ainda no primeiro ano de existência da EBC, foi necessária uma forte ação junto às operadoras de TV por assinatura para garantir o cumprimento do dispositivo da lei que exigia a disponibilidade da TV Brasil. Para os usuários de parabólica, o sinal ficou disponível por meio da banda C, desde o início de suas operações, em dezembro de 2007, aos cerca de 50 milhões de brasileiros. Em 2013, a composição da RNCP alcançou as seguintes emissoras:

Tabela 7. Rede de afiliadas da TV Brasil em 2013

REGIÃO	ESTADO	MUNICÍPIO	EMISSORA
Centro-oeste	GO	Goiânia	TV UFG
Centro-oeste	MS	Campo Grande	TV Brasil Pantanal
Centro-oeste	MT	Cuiabá	TV Univesitária
Nordeste	AL	Maceió	TVE AL
Nordeste	BA	Salvador	TVE Bahia
Nordeste	CE	Fortaleza	TV Ceará
Nordeste	PB	João Pessoa	TV UFPB

Nordeste	PE	Caruaru	TV Pernambuco
Nordeste	PE	Recife	TVU de Recife
Nordeste	PI	Teresina	TV Antares
Nordeste	RN	Natal	TV Universitária
Nordeste	SE	Aracaju	TV Aperipê
Norte	AC	Rio Branco	TVE do Acre
Norte	AM	Manaus	TV Cultura
Norte	PA	Belém	TV Cultura
Norte	RR	Boa Vista	TVU RR
Norte	TO	Palmas	TV Palmas
Sudeste	ES	Vitória	TVE
Sudeste	MG	Andradas	TV Andradas
Sudeste	MG	Belo Horizonte	Rede Minas
Sudeste	MG	Unaí	TV Rio Preto
Sudeste	SP	Bertioga	TV Costa Norte
Sudeste	SP	Birigui	TV Birigui
Sudeste	SP	Botucatu	TV Serrana
Sudeste	SP	Cruzeiro	TVZ
Sudeste	SP	Ibitinga	TV Cidade de Ibitinga
Sudeste	SP	Itu	TV Nova Convenção
Sudeste	SP	Jundiaí	TV Rede Paulista
Sudeste	SP	Matão	TVM
Sudeste	SP	Mogi das Cruzes	TVT
Sudeste	SP	Mogi Guaçu	TV Vale
Sudeste	SP	Ribeirão Preto	Tathi
Sudeste	SP	Rio Claro	TV Claret
Sudeste	SP	Santos	TV Unisantos
Sudeste	SP	São Carlos	TVE São Carlos
Sudeste	SP	São José dos Campos	TV Reeducar
Sudeste	SP	Sertãozinho	STVZ
Sudeste	SP	Tupi	TV Tupi Paulista
Sudeste	SP	Votuporanga	TV Unifev
Sudeste	SP	Andradina	SRC TV
Sudeste	SP	Bauru	TV Unesp
Sudeste	PR	Curitiba	TVE Paraná
Sudeste	PR	Francisco Beltrão	TV Beltrão
Sudeste	RS	Porto Alegre	TVE Rio Grande do Sul
Sudeste	SC	Aranaguá	AR TV
Sudeste	SC	Florianópolis	TV UFSC

FONTE: EBC, 2013, p.96

Considerando as emissoras próprias da EBC, parceiras e retransmissoras, o alcance territorial da TV Brasil chega a 62% da população brasileira:

Tabela 8. Cobertura demográfica da TV Brasil<sup>31</sup>

COBERTURA DEMOGRÁFICA - TV								
Região	Estados		Municípios			População		% da Pop. Coberta
	Quantidade	% dos Estados Cobertos por Região	Quantidade	% dos Mun. da Região	% dos Mun. Cobertos por Região	Quantidade	% da Pop. da Região	
Centro-Oeste	4	100%	60	13%	3%	7.515.220	53%	6%
Norte	5	71%	198	44%	11%	8.962.732	56%	8%
Nordeste	9	100%	451	25%	25%	29.172.715	55%	25%
Sul	3	100%	151	13%	8%	14.041.020	51%	12%
Sudeste	4	100%	921	55%	52%	58.177.058	72%	49%
<b>Total</b>	<b>25</b>		<b>1.781</b>	<b>32,0%</b>		<b>117.868.745</b>	<b>62%</b>	

FONTE: EBC, 2013, p.94

Essa expansão acentuada, em particular no ano de 2013, permitiu que o conteúdo audiovisual cedido pelos parceiros atingisse 250h e 30 minutos de material veiculado dentro da grade da TV Brasil. Um crescimento de 48% em relação ao ano anterior.

A participação na RNCP também significa ganho financeiro. A TV Brasil mantém um contrato com as emissoras parceiras em que cada uma recebe um valor em torno de R\$ 25 mil por mês para produzir conteúdo para o jornalismo. Assim, a entidade parceira fica responsável por produzir e enviar reportagens para os telejornais da rede, além de manter a equipe de Brasília informada de assuntos de relevância, mesmo quando não seja possível produzir material (BEIRÃO, 2014).

Por exemplo, a Fundação Aperipê, que produz a televisão pública de Sergipe, recebeu da EBC em 2014 R\$ 251.096,66<sup>32</sup>, graças a sua participação na RNCP. De acordo com a descrição do empenho, trata-se de prestação de serviço audiovisual, mediante a entrega de planejamento de pauta, acompanhamento diário da pauta, matérias e entrevistas populares.

Esse instrumento é entendido pela diretoria de jornalismo como uma forma de contribuir na descentralização da cobertura dos telejornais. Em geral, as televisões abertas privadas têm seu noticiário centrado em Brasília, Rio de Janeiro e São Paulo. Eventualmente, o interior do Brasil aparece com uma reportagem sobre cultura, algo exótico ou uma tragédia. Para a TV Brasil, o parâmetro editorial é outro. Por exigência da lei 11.652 e das próprias

<sup>31</sup> A tabela possui três vezes a palavra quantidade. A primeira se refere aos estados de abrangência em cada região. O segundo é a quantidade de municípios com sinal da TV Brasil. O terceiro é a população de cada localidade.

<sup>32</sup> Estes e outros dados de empenhos da EBC estão disponíveis no Portal da Transparência. [www.transparencia.gov.br](http://www.transparencia.gov.br)

diretrizes do campo público da comunicação, é preciso atender a critérios como diversidade e universalidade.

No relacionamento com as emissoras estaduais, a EBC prefere utilizar o termo *parceira*, em vez de *afiliada* - apesar de a TV Brasil constituir, na prática, uma cabeça de rede<sup>33</sup>. Obrigatoriamente, as afiliadas ou parceiras devem retransmitir o telejornal *Repórter Brasil* noite, durante a programação. O programa é o principal telejornal da TV Brasil.

No entanto, mesmo com a existência de números positivos sobre a adesão de emissoras não há unidade plena como outro sistema de afiliadas. O principal caso é o confronto entre as parceiras justamente em programas noticiosos. A Rede Minas, de Belo Horizonte (MG), é uma das principais parceiras da TV Brasil. Em um estado com 853 municípios, ela está presente em 765, por meio de retransmissoras e emissoras locais. Como a TV Brasil é cabeça de rede, sua programação também chega aos moradores do Estado.

Antes do início do período eleitoral de 2014, a Rede Minas fez a exclusão do *Repórter Brasil* da grade. Mesmo mantendo a relação de parceria ou de afiliação à TV Brasil, a emissora pública do governo do Estado retirou o telejornal. Em seu lugar, entrou o *Jornal da Cultura*, da TV Cultura de São Paulo. A diretora de jornalismo da EBC, Nereide Beirão (2014), se queixa desta atitude da Rede Minas: “É um absurdo, porque é um jornal todo com o clima de São Paulo. Nosso jornal [*o Repórter Brasil*] tinha muita matéria de Minas. Agora, tem raramente quando a gente pede”.

Fato semelhante ocorre no Paraná. A emissora pública do estado é afiliada à TV Brasil e exibe vários programas da emissora da EBC, entre eles toda a programação infantil do período da manhã. No entanto, o telejornal mais importante é preterido. Segundo a diretora de jornalismo da estatal federal, o relacionamento com a rede ainda é marcado por divergências.

Por coincidência ou não, o governo desses dois locais era, em 2014, comandados pelo PSDB. Isso mostra que há, no campo público da televisão, uma polarização partidária no eixo informativo da programação, da mesma maneira como acontece em outros espaços deliberativos, como o Congresso Nacional. “Dependendo do governador de plantão, você tem uma boa colaboração ou não tem colaboração” (BEIRÃO, 2014).

Em Minas Gerais, as eleições de 2014 elegeram Fernando Pimentel, do PT, como governador do Estado e retiraram o PSDB, que administrava Minas Gerais há 12 anos. A programação da Rede Minas voltou a exibir o *Repórter Brasil*, em abril de 2015. Na data em que o *Jornal da Cultura* foi suspenso a emissora paulista reclamou. A notícia foi dada pela

---

<sup>33</sup> Cabeça de rede: Também chamada de emissora líder, é a responsável por fazer a geração de som e imagem para um grupo de emissoras que passam a integrar uma rede com programação comum.

TV Cultura durante o noticiário. O filósofo Luiz Felipe Pondé e o cientista político Sérgio Fausto, que estavam na bancada com o apresentador do telejornal, afirmaram que poderia ser “boicote” ou “por questão política”. A alegação do presidente da Rede Minas, Israel do Vale, é que a TV Brasil faz aporte financeiros quando o canal mineiro envia conteúdo jornalístico. Desde o encerramento da veiculação do noticiário da TV Brasil, a Rede Minas teria perdido cerca de R\$ 1,5 milhão (ATHIÊ, 2015).

O amadurecimento das relações entre TV Brasil e as afiliadas é fundamental, em função do projeto do operador nacional da rede pública, que vai permitir que as emissoras da rede possam integrar uma plataforma de transmissão digital. Além da mudança de padrão de analógico para digital, isso vai significar redução de custos e facilitação do acesso a atualizações tecnológicas, conforme aponta a pesquisa *Demandas profissionais na produção de conteúdo para televisão digital: um estudo de caso da TV Brasil* (2013), de Luana Ibelli. “O operador de rede também vai permitir a interatividade e a multiprogramação, e deve ser implementado nas cidades de mais de 50 mil habitantes até dezembro de 2016, que é para quando está previsto o desligamento do sistema analógico em todo o país” (IBELLI, 2013, p.46).

Um desafio imposto à EBC deriva da sua condição de empresa pública, sujeita aos ritos da administração pública para compra de produtos e contratação de serviço. Os processos licitatórios são ordenados com base na lei 8.666<sup>34</sup>. De acordo com o diretor geral, Eduardo Castro, o entrave burocrático é o principal obstáculo para consolidação das emissoras da estatal.

Somos entes estatais, sem dúvida nenhuma. Eu acho que é obrigação do Estado prover comunicação de qualidade no âmbito da comunicação pública. Porém, se você me tratar rigorosamente como se trata os demais órgãos de Estado, eu não faço rádio, não faço televisão. Eu não faço comunicação. Porque a nossa atividade não é exclusiva do Estado. Ela tem parâmetros e necessidades que são dadas pelo mercado. Velocidade de entrega, por exemplo (CASTRO, 2014).

A dificuldade de lidar com os aspectos administrativos e legais estiveram presentes nas discussões sobre a formatação do projeto da EBC e da TV Brasil, segundo a diretoria.

Por que não foi uma OS, por exemplo, igual a TVE? Porque, em minha opinião, não passava no Congresso Nacional, que iriam dizer que era para arrumar emprego para os amigos. Não passava. Não fosse uma empresa com os moldes que tentamos fazer. A lei já cria facilidades para a EBC. Mas uma coisa é a lei criar, outra é a prática se

---

<sup>34</sup> Lei 8.666: Conhecida como lei de licitações. Ela rege os processos de compra, doação e contratação de serviços na administração pública no Brasil.

estabelecer. Eu acho que é muito novo (...) só o tempo vai fazer com que esta cultura se estabeleça (Ibidem).

Um dos efeitos desta situação é perceptível em áreas sensíveis como na oferta e distribuição do sinal. Um caso foi o que ocorreu na região da baixada fluminense no Rio de Janeiro. A área, uma das mais carentes do Estado, ficou sem sinal da TV Brasil entre os meses de janeiro a julho de 2014. As reclamações na ouvidoria se multiplicaram rapidamente. O conserto do transmissor localizado na Serra do Mendanha só foi possível porque um técnico da EBC adquiriu do próprio bolso a peça necessária ao retorno das operações do transmissor. O item no valor de R\$ 50 foi instalado após a aquisição. Se fosse esperar o processo de compra exigido pela lei 8.666, seguramente, a recepção da TV iria ficar comprometida por mais três meses, no mínimo.

Uma crítica recebida, ainda, em torno do sinal é em função da imagem com aparência de velha, com pouco brilho. O fato acontece em alguns sistemas de TV por assinatura por DTH, o Direct TV Home. O assunto foi debatido no conselho curador, em 13 de agosto de 2014. A conselheira Evelin Maciel, representante da Câmara dos Deputados, questionou como o sinal deste tipo de sistema funciona, porque a impressão era de que a imagem recebida em alguns aparelhos era envelhecida (CONSELHO CURADOR, 2014).

O perfil da imagem é um dos fatores que ajudam a caracterizar a identidade da emissora, sobretudo na televisão aberta. Para o telespectador, é fácil se situar a partir da percepção do nível de brilho e contraste do canal. Uma comparação simples é a diferença entre Band e Globo. A primeira é marcada pelo uso mais intenso de cores, enquanto a outra optou por um tom mais frio na tela. Para a TV Brasil, a composição da imagem por uma deficiência técnica assinala sua marca de maneira negativa e mostra quanto fatores ligados à organização institucional e jurídica interferem naquilo que o público vê.

Como empresa pública, a EBC tem de atender também a regras de contratação de pessoal para o serviço público. Em 2011, a estatal fez o primeiro concurso. Ele tinha por objetivo recompor o quadro de pessoal que era deficitário, mesmo com a absorção da Radiobrás, e para substituir os empregados terceirizados da Acerp. O concurso foi organizado pelo Centro de Seleção e Eventos da Universidade de Brasília (Cespe/UNB). Na atividade-meio, havia cargos nas áreas de administração, direito, assistência social, engenharia, contabilidade, economia, psicologia, entre outras. Na atividade-fim, as oportunidades eram para produção executiva, locução, publicidade, direção de imagem, direção técnica, jornalismo, fotografia, cinegrafia e outras. Eram, no total, 510 vagas com salários que variavam de R\$ 1.698, para profissionais com ensino médio, a R\$ 2.843, para ensino superior.

A EBC também criou um cargo intitulado gestor de atividade jornalística, para graduados em jornalismo, com remuneração de R\$ 5.803, e oferta de 29 vagas.

Após o concurso, os profissionais aprovados foram distribuídos entre os departamentos e veículos da EBC, nas unidades de Brasília, São Paulo, Rio de Janeiro, São Luís (MA) e Tabatinga (AM)<sup>35</sup>.

Em 2013, seis anos depois de entrar em funcionamento, a EBC enfrentou a primeira greve de funcionários. Todas as áreas e veículos da estatal foram afetados. A greve começou no dia 7 de novembro. Durante a assembleia que decidiu pela paralisação, “jornalistas e radialistas rejeitaram a proposta da direção da EBC, prevendo reajuste salarial pelo IPCA, aumento real de 0,5% em 2013, 0,5% em 2014 e retirada de direitos contidos no acordo coletivo anterior” (PORTAL IMPRENSA, 2013).

Na carta aberta ao governo federal e à sociedade brasileira, os funcionários da EBC afirmaram que a mobilização era em defesa da comunicação pública.

Não nos perfilamos junto dos que querem minar esse patrimônio do povo brasileiro, que garante informação, cultura e entretenimento voltados ao interesse público. Ao contrário, entendemos que esse direito da população, o direito à comunicação, só pode ser assegurado com fortes investimentos em empresas públicas de comunicação, fundamentalmente na EBC (Ibidem, 2013).

Na carta, eles ainda cobram investimentos em infraestrutura, produção e a valorização dos trabalhadores da empresa. O texto também se refere à Contribuição para o Fomento da Radiodifusão Pública. A empresa Tim liberou R\$ 200 milhões para o pagamento dessa contribuição, mas parte desse valor teria sido retido pela Anatel.

Não admitimos que esse dinheiro, quando recebido, seja destinado ao pagamento de superávit primário ou que não seja considerado recurso adicional para a EBC. Se os mais de R\$ 200 milhões da TIM forem destinados ao fomento à radiodifusão pública como previsto, a Empresa Brasil de Comunicação pode avançar na garantia da sua autonomia, livre das pressões governamentais ou privadas (Ibidem).

A greve encerrou após 15 dias. Os funcionários da EBC aceitaram o acordo coletivo com vigência de dois anos (2013/2014 e 2014/2015), sendo aplicado o Índice de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA) para correção dos salários (5,86%), mais ganho real de 0,5% retroativo a 1º de novembro de 2013 e de 0,75% concedido a partir da data-base de 2014. Os pisos salariais passaram de R\$ 1.917,00 para R\$ 2.038,91, no nível médio, e de R\$ 3.208,00 para R\$ 3.412,02, no nível superior. Os valores dos benefícios ficaram assim: auxílio-creche,

---

<sup>35</sup> Em Tabatinga, no Amazonas, funciona a Rádio Nacional do Alto Solimões. Ela opera em duas frequências AM e FM.

de R\$ 422 para R\$ 446,73; auxílio para pessoa com deficiência, de R\$ 611 para R\$ 646,80; auxílio-alimentação, de R\$ 786,50 para R\$ 832,60.

O relatório de gestão referente ao ano 2013 refere-se apenas duas vezes à greve. Na primeira, ele cita que o acordo coletivo é compatível com aquele concedido por outras empresas. A outra menção é quando o documento cita que houve uma queda no índice de acessos a Agência Brasil, no período da mobilização dos trabalhadores. Por isso, não é possível mensurar os impactos causados à TV Brasil. Certo é que a emissora permaneceu no ar, porém com regime de atividades menor do que o habitual.

Em 2014, os servidores da EBC fizeram uma paralisação de um dia. Eles cobraram a aprovação de um plano de cargos e carreiras. “Pelo projeto seriam incluídos mecanismos como a garantia da autonomia editorial, além de pisos e tabelas salariais, que hoje deixam a companhia de mídia em último lugar do serviço público, segundo tabela encomendada pela própria empresa, que comparou seus encargos com 32 órgãos” (PORTAL IMPRENSA, 2014).

Além das questões relativas à carreira, há queixas dos servidores efetivos em relação ao excesso de cargos comissionados ocupados por profissionais que não são do quadro fixo da estatal e também a terceirização de produções e atividades que poderiam ser desempenhadas pelos próprios funcionários. Nos telejornais da TV Brasil, que são veiculados para a rede, nenhum apresentador é efetivo. Todos, incluindo, os comentaristas de política e economia são terceirizados. A diretoria geral afirma que não existe qualquer irregularidade:

A justiça do trabalho reconheceu. Está em sentença de segunda instância, que apresentador de televisão não pode ser escolhido por concurso. Pode eventualmente ter um concursado que seja apresentador como tem no Repórter DF. Mas é alguém que fez o concurso, é apresentador, e foi aprovado. Não fiz um concurso para selecionar. Até porque não é um processo que tenha referência no Estado (CASTRO, 2014).

Uma apresentadora, por exemplo, recebeu R\$ 141.111,77, em 2014. Nas descrições das atividades, indicam que a jornalista foi contratada para exercer a atividade de editoração e apresentação de conteúdo jornalístico para televisão. O pagamento e desenvolvimento das atividades são feitos mediante a contratação de pessoa jurídica.

O assunto chama atenção para a forma de contratação, de licenciamento e aquisição de obras pela TV Brasil. Existem alguns caminhos básicos para a emissora adquirir material de terceiros. Ela pode comprar diretamente os direitos de exibição de uma determinada obra. A outra é por meio do banco de projetos, que é um sistema que permite ao produtor

independente propor à EBC e seus veículos a realização de um produto em regime de coprodução. A TV Brasil também pode buscar entes semelhantes, como emissoras públicas de radiodifusão de outros países, para realização de trabalhos audiovisuais em conjunto.

Em relação à produção própria, em 2013, o índice era 39%, 2% a mais que em 2012. Mais de 53% foi composta por conteúdos adquiridos mediante licenciamentos (31,2%) e oriundo das parcerias (22,1%) e pouco menos de 8% realizada em regime de coprodução. Em 2012, o percentual adquirido de licenciamentos e parcerias foi de 63%, sendo 3% de coprodução (EBC, 2012c).

Todas as aquisições, por exigência legal, têm de ser informadas publicamente. Em 2014, por exemplo, o Portal da Transparência registrou que a EBC adquiriu, entre outros produtos, os direitos do filme *Pobres Diabos* por R\$ 50 mil. Já a série documental *As Colheitas do Futuro* custou R\$ 16.849.

No Banco de Projetos, a EBC financia até 49% do valor para projetos de TV e entre 30 a 100% para rádio e web (EBC, 2014b). Foram aprovados, em 2014, sete propostas. Foram elas: a série de animação *SOS Fada Madrinha* com custo de R\$ 3.074.000, com aporte de R\$ 390.000 da TV Brasil/EBC; *Plano B*, que é uma série documental com custo de R\$ 1.556.600, sendo R\$ 311.320 da estatal; a série juvenil *Vida de Estagiário* com preço de R\$ 3.575.000, sendo R\$ 536.250 da televisão pública; o documentário *Guerras do Brasil.doc* com custo de R\$ 1.250.000 e aporte de 187.500 da EBC; a série ficcional *O oráculo das borboletas amarelas* com valor de R\$ 2.250.000 e R\$ 345.060 pagos pela EBC; a série documental *Brasil ancestral* com valor de R\$ 1.671.650 e aporte de R\$ 334.330; e a animação infantil *O baú do Lú* com custo de R\$ 4.124.285, sendo R\$ 536.250 pagos pela TV Brasil.

As decisões sobre a compra de direitos de exibição e mudanças na grade são discutidas no comitê de programação. Ele é formado pela diretoria executiva e os representantes de cada unidade regional. Cabe ao comitê elaborar o formato do processo dos *pitchings*; deliberar sobre a produção e contratação de novos conteúdos e definir sobre as propostas de mudanças conceituais da grade de programação.

O comitê de programação se reúne a cada 15 dias. Participam, além dos diretores, gerentes e representantes da área de marketing. “Por exemplo, a diretoria de conteúdo e programação quer comprar uma série, ela passa um link com antecedência da série. A gente vê, discute e no dia da reunião aprova a compra. Esse é um dos objetivos formais do comitê de programação” (CASTRO, 2014).

A TV Brasil ainda possui duas outras normas internas ligadas à programação. Uma é para orientar a qualidade técnica dos programas comprados ou em regime de coprodução. A outra aponta como devem ser os editais de seleção para produção independente.

Sobre essa questão da produção independente, no momento da criação da TV Brasil, havia uma expectativa de militantes da área do cinema sobre o impulso que a emissora poderia dar ao mercado de audiovisual brasileiro. Tanto que a *Carta de Brasília* dá sinais, por exemplo, ao dizer que o cinema nacional precisava ser valorizado dentro da programação da televisão pública.

Eles queriam que a gente fosse um banco deles. Há sete anos não havia estes dispositivos do Fundo Setorial do Audiovisual, Ministério da Cultura, não existia Rio Filme, a Bahia não tinha o mesmo tipo de fomento, não tinha lei da TV a cabo, então era outro cenário. A turma achava que, pronto, nós temos um banco. Com minha grande ideia, ideia que eu tive a vida inteira de fazer um filme, e, agora, eles vão pagar. Porém, o meu objetivo ao fomentar a produção independente não é fomentar a produção independente, mas extrair dessa produção independente material de qualidade para programação da televisão. Eu tenho que pedir algo, pagar por e exibir o que seja de interesse da grade de programação com as características da nossa grade (CASTRO, 2014).

Nenhuma crítica, porém, em relação à TV Brasil é tão forte quanto aquelas sobre os índices de audiência. Em 2008, os picos de audiência, os horários com melhores resultados, tiveram teto 5% de *share*. O maior resultado nessa medição foi a transmissão do desfile da independência com 20% de *share* em Brasília.

Oito dos dez maiores índices de audiência registrados pela TV Brasil, no primeiro ano de operação, no Rio de Janeiro e em Brasília, eram relativos a produções infantis. Os destaques eram para as produções *Um Menino Muito Maluquinho*, *Janela*, *Janelinha*, *Clifford* e *Catalendas* (EBC, 2008).

Sempre que se refere à audiência em documentos, a EBC garante que os níveis têm melhorado. “De 2012 para 2013, a audiência média da TV Brasil cresceu nas três capitais onde tem emissoras próprias com sinal analógico, e onde tem índices medidos pelo Ibope. Os dados foram captados entre 1 de janeiro a 31 de dezembro, no horário entre 6:00h até 5:59h do dia posterior” (EBC, 2013, p.90).

Em São Paulo, os números são os piores das três praças. Em 2012, 55 programas<sup>36</sup> tinham superado 0,50% de audiência média. No ano seguinte, esse número subiu para 115, uma elevação de 100%.

---

<sup>36</sup> Em seus documentos oficiais – relatórios, boletins informativos – programa adquire o sinônimo de episódio, capítulo ou edição.

No Rio de Janeiro, em 2013, 18,9% do total da programação passou de 0,50%. O gênero que teve o maior aumento proporcional foi o musical, passando de 12,5% em 2012 para 22,8%. Os programas infantis também tiveram um aumento de 22,5% para 29,4% de números de programa acima de 0,50% de média.

No Distrito Federal, foi verificado que 1.272 programas<sup>37</sup> ficaram com média maior que 0,50%. Os gêneros que apresentaram maior crescimento foram: Musical (de 15,2% em 2012 para 36,8% em 2013); Religioso (de 20,2% para 36,1%); Esportivo, puxado pela Série C do campeonato brasileiro de futebol (de 10,1% para 24,7%) e o Jornalismo (de 11% para 25,7%).

O detalhe a ser observado nesta citação do *Relatório de Gestão* é que a emissora deixa claro que uma parcela considerável dos produtos está na casa de 0,5 de audiência. O número é ínfimo.

Todos esses números constam do *Relatório de Gestão de 2013*<sup>38</sup>. O documento traz uma justificativa para o fraco desempenho acentuado em São Paulo. Segundo a EBC, a capital paulista é uma praça em que a TV Brasil tem dificuldades de audiência, por ser a última emissora a entrar em um mercado sedimentado e pelo o fato de se localizar fora do *line up*<sup>39</sup>. A TV Brasil está no canal 63, no caso do sistema de televisão aberto<sup>40</sup>.

Segundo o gerente de pesquisa da EBC, Alberto Adler, a maioria das críticas da imprensa “envolve interesses outros”.

Caso bem ilustrativo: em março do ano passado [2013], a gente publicou o relatório trimestral falando de quantos programas tinham passado do traço no Distrito Federal, que eram quase 500, 450, no Rio de Janeiro, mais de 360, e em São Paulo, eram nove. Aí, a coluna da Mônica Bergamo publica uma nota chamada TV zero à esquerda dizendo: ‘apesar de todo investimento feito na TV Brasil, apenas nove programas passaram do traço’...em São Paulo. O Brasil não é São Paulo. O Brasil tem 27 unidades da federação. São Paulo é uma. Não é o umbigo do mundo. Se você parar para ver, em Recife, mais da metade da nossa programação, passa de meio ponto (ADLER, 2014).

---

<sup>37</sup> A palavra “programas” nesse caso é utilizada pelo relatório da EBC como sinônimo de capítulos, episódios ou edições. Por isso, um número de “programas” tão alto.

<sup>38</sup> Não foi possível publicar as tabelas com o comparativo porque as imagens estavam em baixa resolução, sendo impossível visualizar corretamente os números e textos.

<sup>39</sup> *Line up* é faixa que contém os canais dos números 2 ao 13.

<sup>40</sup> Na televisão aberta, a numeração varia em outras regiões do Brasil. A modificação também acontece para os usuários da TV por assinatura. Na Net Brasília, por exemplo, a TV Brasil está no canal 16.

O colunista Maurício Stycer, do Uol, chamou de “contabilidade criativa” os números da TV Brasil. Ele apresentou um infográfico promocional da empresa que mostra que 32 milhões de pessoas assistiram ao canal em 2014.

Figura 4. Tabela da audiência da TV Brasil em 2014



Fonte: STYCER, 2014

De acordo com o colunista do Portal Uol, a emissora sugeriu uma audiência maior do que a real.

Com programas que muito raramente chegam a 1 ponto no Ibope, a TV Brasil divulgou esta semana um balanço público de suas atividades em 2014 com números que sugerem uma audiência muito maior.

(...) As seis principais capitais brasileiras (São Paulo, Rio, Salvador, Brasília, Fortaleza, Belo Horizonte) somam cerca de 29 milhões de habitantes, segundo dados atualizados do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística). Ou seja, a audiência propalada pela TV Brasil nestas cidades supera a própria população.

Questionada pelo UOL, a EBC esclarece que o número de 32 milhões “se refere não a certo alcance relativo em termos de população, mas à audiência acumulada em um determinado período: de 1º de janeiro a 14 de novembro de 2014” – uma referência a este período consta em letra miúda ao pé da página no site (STYCER, 2014).

Para o setor de pesquisa, a maioria dos colunistas de TV se baseia no mercado de São Paulo para fazer suas críticas, porque é o maior mercado publicitário. Uma vez que a TV Brasil não tem perspectiva comercial e sua programação não deve contemplar apenas os centros econômicos, ela tende a sofrer mais com as críticas da imprensa. “Em São Paulo, a Cultura está lá há 40 anos. Ou seja, há uma TV pública com hábito sedimentado da

população. Nós estamos no canal 63 (...) É de se esperar índices mais baixos. Somos um entrante tardio, onde já há um similar sedimentado” (ADLER, 2014).

Em um artigo publicado no jornal O Globo, Nelson Hoineff também fez críticas ao projeto da TV Brasil. No início do texto, ele diz que a emissora surgiu como uma alternativa à TV privada. “Com mais de R\$ 400 milhões no primeiro ano, a empresa não conseguiu, de saída, atingir ao menos três requisitos: ter sua imagem presente em São Paulo; desenvolver um jornalismo isento; e construir uma programação inovadora” (HOINEFF, 2014).

Hoineff chega a usar a palavra “ruim” ao se referir à programação. Segundo ele, “pior do que aquilo que se vê na tela, é o que não se vê”. O argumento serve para sustentar a ideia de que a aplicação de recursos humanos e materiais não são adequados. A extensão das críticas do jornalista passa pelo baixo volume aplicado no banco de projetos, pela composição do conselho curador, e, claro, a audiência.

Na reunião de 13 de agosto, o gerente de pesquisas Alberto Adler comemorou o fato que, até 11 de agosto, alguns programas ficaram acima de 0,5 ponto de audiência. Abaixo disso só o zero, traço.

A celebração foi tão inusitada que até o representante do MinC, Mario Borgneth, se insurgiu contra ela: ‘Dizer que temos relevância com um, dois ou três pontos de média mensal é forçar muito a barra’. Em defesa do 0,5 ponto, o conselheiro Claudio Lembo mudou o tom: ‘Essa TV é odiada pelas demais emissoras e é um milagre ainda estar no ar’ (HOINEFF, 2014).

Para Hoineff, a TV Brasil não é odiada, ela é ignorada. “A TV Brasil não construiu um conceito, um modelo de pensamento, uma programação. A TV pública, que deveria ser a locomotiva da experimentação, ousa menos que a comercial” (Ibidem). Os argumentos de Hoineff se juntam àqueles que expressam a inutilidade da TV Brasil para o país, baseada na equivalência entre dispêndio do Tesouro e resultado de audiência.

Para tais críticas, o investimento do governo precisa se justificar no número de telespectadores que estão diante da tela. Apesar da experiência de Hoineff em televisão, ele se esqueceu de uma informação fundamental: a condição de mediação de audiência. No Brasil, o serviço é dominado por um instituto de pesquisa. O Ibope mantém contrato com todas as grandes emissoras de televisão, agências de publicidade e demais entidades interessadas em saber como está o acesso à radiodifusão.

A EBC tem um contrato no valor anual de R\$ 1,7 milhão com a empresa para fazer a medição nas cidades com emissoras próprias e, também, em Salvador (BA), Recife (PE) e Porto Alegre (RS). Os dados de outras cidades são repassados para a estatal por suas parceiras nos estados.

A medição feita pelo Ibope é com uso de um aparelho denominado DIB. Ele é conectado ao televisor e permite identificar qual o programa está sendo assistido. Ao acionar um botão no controle remoto, o telespectador informa também o número de pessoas que está em frente à tela. A distribuição desses equipamentos leva em consideração a distribuição espacial e socioeconômica da população. Cada domicílio fica na amostra por até quatro anos. Os endereços são mantidos sob sigilo (IBOPE, 2012).

A medição deficitária é, ainda, mais cambaleante para uma televisão pública. Para este tipo de canal, interessam todos os públicos. Em particular, ela se ocupa das populações de regiões de baixa densidade demográfica, de áreas de fronteira e com poder econômico reduzido. Enquanto para a TV privada, a audiência zero em São Paulo pode significar o fim de um programa, para o veículo público, a informação tem de ser observada e as decisões tomadas a partir de uma gama ampla de fatores.

Se a emissora pública, precisa atender ao princípio da diversidade, não será somente um índice baixo de audiência, mensurado pelo Ibope, que vai determinar se o programa merece continuar na grade. Para o departamento de pesquisa da TV Brasil, a função é dar alternativa de programação ao telespectador e não ter grandes números. “Em Recife, 62% da programação passam do traço. Mais de mil programas por mês passam de um ponto. Salvador vai no mesmo caminho. Então, nós somos muito relevantes em outras praças. Como eu estava dizendo, São Paulo é o pior lugar para mensurar a TV Brasil” (ADLER, 2014).

Um sinal desta inadequação do processo de medição é a exibição das partidas da série C do campeonato brasileiro de futebol pela TV Brasil. Em São Paulo, a praça classificada pelo mercado de televisão como a mais importante, os programas esportivos da televisão da EBC marcaram, em 2013, média de 0,6% de audiência. Em outras localidades, os resultados foram diferentes.

A TV Brasil, tanto via parabólica ou por meio de suas parceiras em cidades como São Luís, João Pessoa, Campina Grande, Goiânia, Cuiabá, Belém e Fortaleza, mobilizou os torcedores que viram - muitos pela primeira vez - seus times em rede nacional. Em Pernambuco, as medições do IBOPE indicaram que a TV Universitária atingiu índices de audiência inéditos na Grande Recife por cinco finais de semana consecutivos do período da Série C. Nos dias dos jogos decisivos do campeonato (03/11, 17/11 e 01/12), liderou a audiência média durante toda a partida (EBC, 2013).

É bom considerar também que a série C do campeonato brasileiro é formada, principalmente por times do Norte e Nordeste do Brasil<sup>41</sup>. No mercado de televisão privada, apostar na transmissão de um produto com esta característica é um tiro no nada.

A série C tem um detalhe curioso. Antes de ser um produto da televisão aberta, por meio da TV Brasil, a competição era veiculada apenas pela televisão paga, que se fixava nos principais times, para tornar os jogos comercialmente atraentes. Ou seja, o campeonato que tem times carentes e com baixos recursos só era possível de ser acompanhado pelos torcedores que tinham meios para adquirir e manter um sistema de TV por assinatura.

Em função deste contexto, a TV Brasil precisa desenvolver uma metodologia para aferir a presença dos seus produtos em regiões fora dos grandes eixos econômicos do país. A área de pesquisa, em entrevista a este trabalho, informou que existia, na época, uma discussão para realização de uma pesquisa quantitativa e qualitativa. Devido à burocracia, o contrato com a responsável pelo levantamento não estava fechado. O principal interesse é saber por que o telespectador que tem disponibilidade de sinal da TV Brasil não chega à emissora<sup>42</sup>.

Tais medidas são importantes para mostrar aos opositores do projeto da EBC, da TV Brasil e à própria população que contribui para a existência desses entes que a aplicação de recursos da União é justificável. Caso contrário, a TV Brasil sempre conviverá com as críticas de que sua função é político-partidária. Hoineff deu ao texto do jornal *O Globo* um título sugestivo: *Da TV Lula à TV Dilma*, reforçando a visão de que o canal serve a um propósito do Partido dos Trabalhadores.

Ao observarmos a configuração do projeto, o surgimento da lei e o processo de implementação, os desafios de ordem político-administrativa, característicos do Estado brasileiro, são decisivos para que a emissora ganhe determinados moldes. A burocracia dos processos de compra da TV Brasil, por exemplo, é a mesma enfrentada por qualquer outra instituição pública. Algo incompatível com o dinâmico mercado de televisão.

Por isso, pode-se dizer que a TV Brasil tem de se ajustar a duas dimensões:

---

<sup>41</sup> Times da série de 2014: Águia de Marabá (PA), Asa (AL), Botafogo (PB), Caxias (RS), Crac (GO), CRB (AL), Cuiabá (MT), Duque de Caxias (RJ), Fortaleza (CE), Guarani (SP), Guaratinguetá (SP), Juventude (RS), Macaé (RJ), Madureira (RJ), Mogi Mirim (SP), Paysandu (PA), Salgueiro (PE), São Caetano (SP), Treze (PB), Tupi (JF).

<sup>42</sup> A BBC tem um modelo que poderia ser aplicado pela EBC. A empresa britânica desenvolve um levantamento chamado *Relevance Research*. A pesquisa procura verificar de que modo a programação está presente na vida do povo britânico e quais usos estão sendo feitos dela. Nesse caso, entretanto, a pesquisa faz apuração junto aos telespectadores que acompanham a emissora.

a) mercado de televisão: apesar de ser uma emissora pública, ela está inserida dentro de um mercado bastante consolidado. Como a lei 11.652 permite que instituições públicas, como bancos, anunciem durante sua programação, a TV Brasil precisa desenvolver estratégias de captação de recursos, para estender seu lastro financeiro além dos repasses oriundos do Tesouro. Nesse aspecto, a emissora concorre – mesmo que a direção e o departamento de pesquisa não admitam – com a rede Globo, SBT, Band e Record, uma vez que todas também estão atrás de anúncios federais. Dessa forma, a TV Brasil é uma emissora de mercado, cujos números do Ibope fazem diferença e influenciam em um dos seus resultados: o financeiro.

b) Cabeça da rede pública de televisão: esta é a outra dimensão da TV Brasil. Aqui está sua necessidade de atender aos princípios e objetivos estipulados na lei que pesam, sobretudo, em cima da programação e produção. O conjunto de leis a que a TV Brasil está submetida determina seu parâmetro de funcionamento, tanto ao nortear valores e fundamentos da radiodifusão pública quanto na definição do seu *modus operandi* administrativo.

A gênese da TV Brasil, por assim dizer, está naquilo que emergiu do projeto transversal que envolveu o MinC, Radiobrás e Ministério das Comunicações, nos debates e conclusões do Fórum de TVs Públicas, mas, também, nos embates políticos do Congresso Nacional, nas disputas internas da sua diretoria, nas deficiências pré-existentes no campo público da televisão no Brasil e em uma estrutura legal na qual os entes públicos no país estão atrelados.

## **4. PROGRAMAÇÃO DA TV BRASIL**

A última parte desta pesquisa dedica-se a entender a programação da TV Brasil. A seção inicial analisa a primeira grade implantada da emissora – a distribuição dos programas, sua relação com o projeto e as características do fluxo. Como a TV Brasil começou a operar em dezembro de 2007, esse mês foi situado como referência para verificar as transformações que aconteceram nos anos subsequentes. A medida leva em consideração o fato de que, como a emissora é nova e a grade é um corpo em transformação, é preciso identificar as mudanças que ocorreram no período 2008-2014.

O caminho metodológico escolhido é a partir da análise cromática da programação, proposta por Cifuentes (2002). Trata-se de uma medida que identifica cada gênero com um tipo de cor. Isso permite observar a predominância de um modelo específico de programa, a forma como cada gênero se movimentou ao longo do tempo no fluxo e a maneira como a grade se organiza. O texto procura destacar, a cada ano, o que de mais relevante ocorreu na assinatura programática da TV Brasil. Na segunda seção, a pesquisa faz uma análise das faixas temáticas da programação, observando em aspecto macro o perfil de cada grupo de programas.

Ao tratar de todas essas questões, é possível identificar as propriedades que guiam a programação da emissora e os desafios que a TV Brasil tem enfrentado para cumprir sua missão e estabelecer uma identidade. Ficam evidentes também o caminho e os entraves com que a emissora tem que lidar para que o seu discurso de autonomia e de qualidade torne-se algo tangível para o público. Uma das inferências feitas é que, ao manter a grade de programação quase que integralmente da emissora em que se deu sua origem, a TV Brasil recebeu uma moldura na forma de composição da programação. Apesar disso, a emissora tem o mérito de não praticar nenhuma das matrizes de programação dos veículos públicos da América Latina, apontadas por Fernandez (2002).

### **4.1 Modelo implantado e suas transformações**

Para a TV Brasil entrar no ar, foi preciso um esforço em comum da Empresa Brasil de Comunicação (EBC), que acabara de ser criada em substituição à Radiobrás, e da Associação de Comunicação Roquette Pinto (Acerp). Apesar de a sede da emissora e da gestora do canal ser em Brasília (DF), a maior contribuição para sua existência estava localizada no Rio de

Janeiro. Lá estavam as instalações da TVE. O canal foi administrado durante anos pela Acerp e ofereceu a infraestrutura necessária para o desenvolvimento da televisão pública.

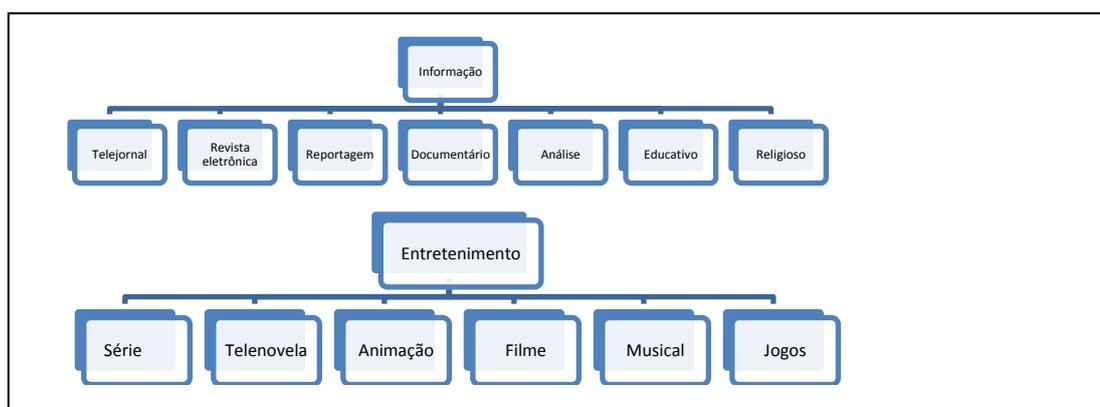
A herança da TVE não se restringiu apenas a equipamentos. A grade da emissora foi mantida quase que integralmente para a TV Brasil. O novo canal ganhou um telejornal intitulado *Repórter Brasil*, às 21h, em um horário ocupado por programas de cultura, como *Arte com Sérgio Brito* ou filmes do DOC TV, dependendo do dia da semana. Uma versão do noticiário foi criada para as emissoras de rádio. Ele funcionou como uma espécie de marco da criação da EBC. As críticas recebidas pela TV Brasil, na época, foram que a inauguração do canal aconteceu de maneira atabalhoada. Os comentários foram manifestados, sobretudo, no Congresso Nacional (MIOLA, 2012). Ao observar o cenário político naquele momento, é possível inferir que o lançamento da emissora foi um estímulo de grande proporção para que os parlamentares convertessem a medida provisória 398 em lei.

Sem condições de elaborar uma política de programação ou um esquema de produção para substituição do que já era feito pela TVE e Acerp, a opção que resultou foi a manutenção quase integral da grade.

A proposta desta seção é fazer a análise das grades da TV Brasil. Com isso, será possível ver como o regime de fluxo na emissora tem se alterado. As informações sobre mudanças na programação foram relacionadas com três aspectos: o projeto do canal, a proposta de um veículo público e a operação de uma grade de televisão.

O delineamento da tabela de gêneros para a TV Brasil leva em consideração as práticas de programação observadas na primeira seção deste capítulo. Os programas ficaram agrupados assim:

Figura 4. Gêneros da TV Brasil



FONTE: Elaborado pelo autor com base nas referências de Mazziotti, 2002.

Nesta classificação, entende-se *telejornal* como programa jornalístico diário que veicula notícias, ao vivo ou gravadas, com destaque especial para os conteúdos factuais (BARBEIRO; LIMA, 1999). Ou seja, fatos atuais que aconteceram, em especial, no dia em que a edição vai ao ar. É o caso do *Repórter Brasil*.

A revista eletrônica tem estrutura semelhante. Porém, o conteúdo, em geral, é mais analítico. As matérias tendem a ser mais longas e não estão atreladas à lógica do factual. Os programas podem ser segmentados, como aqueles dedicados à cultura, música ou esportes (KIELLING, 2012). O *Papo de Mãe* e o *Revista Saúde* são exemplos desse tipo de programa.

Já nos programas de *reportagem*, a equipe de jornalismo se dedica a abordar um tema em profundidade a cada edição. A apresentação do assunto vem emoldurada pela ideia de que o material deriva de um trabalho de pesquisa e investigação jornalística. Trata-se de um tipo de programa que está na mesma esteira do *Globo Shell*, *Documento Especial* (TV Manchete), *Globo Repórter*, *Conexão Repórter* (SBT) e *Repórter Record Investigação*. Na TV Brasil, o principal programa desse segmento é o *Caminhos da Reportagem*.

Os *programas de reportagem e os documentários* são bastante próximos. A diferença fundamental é que no primeiro a presença da linguagem e do método de produção jornalístico tem maior ênfase. As reportagens são organizadas na estrutura usual do telejornalismo: texto em *off*, sonoras e passagem do repórter. No documentário, a existência de tais elementos se torna uma entre as diversas formas de escrita audiovisual que o diretor e o roteirista têm à sua disposição. Eles não precisam replicar continuamente esse modelo. A TV Brasil tem espaços dedicados ao documentário como o DOC TV e especiais como *Memórias do Brasil* e *Caminhos da Democracia*.

Os programas de *análise* são aqueles que se dedicam a explorar um ou mais temas com a presença de um entrevistado ou grupo de entrevistados. A participação se dá ao vivo ou gravada. Usualmente as temáticas são ligadas à política e à economia, como acontece no *Brasilianas.org* e *3 a 1*. Nessa mesma linha estão os programas que praticam o *media criticism*, como o *Observatório da Imprensa*, *O Público na TV* e o *Ver TV*.

Na televisão pública, o conteúdo educativo é um valor que deve perpassar os diversos conteúdos e gêneros. O reconhecimento aqui de um grupo de programas que compartilham essa propriedade é por acreditarmos que existem emissões que têm como finalidade direta promover o ensino e aprendizagem ou lidar com temas ligados à didática. É a característica do *Telecurso*, do *Tecendo o Saber* e do *TV é Ciência*.

Para encerrar o eixo informação, os *programas religiosos* se dedicam a transmitir informações sobre um segmento religioso, seus dogmas e crenças. “O formato tradicional é o

de transmissão ao vivo ou de gravação dos encontros religiosos (missa, cultos ou rituais), com público ou auditório (normalmente, o próprio templo)” (ARONCHI, 2004, p.166). Estão situados nessa classificação *A Santa Missa*, *Reencontro* e o *Palavras de Vida*.

O primeiro item do eixo entretenimento são as *séries*. Aqui foram consideradas as histórias ficcionais veiculadas em formato de episódios que podem ser semanais ou diários (Ibidem). Para esta classificação, foram excluídos os documentários exibidos em forma de seriado. Entre o que já foi veiculado pela TV Brasil estão as séries *Shuga* e *Uma Nova Iorquina na África*.

A *telenovela* é a ficção seriada com uma história que se estende ao longo de um grupo de meses. Em relação às séries, uma das diferenças para a série é que ela tende a ter maior número de personagens e núcleos além da história principal. A TV Brasil exibiu apenas a novela *Windeck*.

A *animação* é na TV Brasil destinada, em especial, às crianças e jovens adolescentes. São desenhos e animações modeladas em 3D. Os programas constituem o principal tipo de emissão do canal da EBC. Elas ocupam a maior parte do período da manhã e da tarde, durante a semana.

Identificam-se *filmes* como o espaço dedicado pela emissora para veicular longas e curtas-metragens. Na emissora pesquisada, os principais espaços para tais exhibições são o *Cine Nacional*, *Média Nacional* e *Cadernos de Cinema*.

A TV Brasil tem ainda diversos programas dedicados à música, como o *Viola*, *Minha Viola*, *Sr. Brasil* e *Partituras*. Eles estão classificados como *musicais*. Por fim, há os programas de *jogos* e brincadeiras. O principal exemplo é o *ABZ Zivaldo*, em que o apresentador, o cartunista Zivaldo, faz jogos com um grupo de crianças que participa do programa com o objetivo de incentivar a leitura.

A observação dos gêneros dentro das grades será feita a partir da sugestão de Cifuentes (2002, pp.142-143). Ele sugere identificar cada gênero com uma cor e construir uma análise cromática da programação. Com essa ferramenta, “poderemos identificar o perfil monocromático da maioria dos canais da televisão a cabo (...) Enquanto isso, qualquer canal de televisão aberta é policromático, porque a sua programação é uma mistura de gêneros”. A cartografia vai contribuir no processo de busca da identidade da emissora. Isso porque, segundo Cifuentes, “o perfil de programas de cada canal estará definido conforme a predominância de um ou de outro tipo de gêneros”<sup>43</sup>.

---

<sup>43</sup> Ver Apêndice A – p.168.

A primeira grade a ser identificada é da TVE do Rio de Janeiro de novembro de 2007<sup>44</sup>, a última da emissora antes de se tornar a TV Brasil. Em seguida, serão apresentadas as grades da TV Brasil. Todas serão intercaladas por apontamentos e análise sobre a forma de distribuição dos programas em cada plano de horários.

A TVE não deixou de legado apenas equipamentos para a TV Brasil. Ao ofertar seus programas, ela ofereceu uma moldura básica da composição da grade. Basta comparar a programação anterior com aquelas praticadas nos anos subsequentes. Pode-se perceber algumas características básicas que foram replicadas continuamente como conteúdo educativo durante a madrugada, animações na maior parte da manhã e da tarde, programas de análise à noite e espaço reduzido para telejornais e material noticioso. A TVE dava uma ênfase também às revistas eletrônicas temáticas como aquelas dedicadas ao meio ambiente, à saúde e à cultura.

Ao analisar as programações de novembro de 2007, a última da TVE, e de dezembro do mesmo ano, a primeira da TV Brasil, o modo de composição da grade é bastante semelhante. Foram feitas mudanças pontuais de horário, supressão de programas e a inclusão de reprises. Tudo a partir do modelo já praticado pela TVE RJ. O único programa que foi aproveitado das outras emissoras que integraram o projeto inicial foi o *Diálogo Brasil*, produzido e exibido na TV Nacional, de Brasília (DF). Ele era um programa de debate que tratava, em geral, de temas de interesse nacional em que um entrevistado respondia questões feitas pelo apresentador e enviadas pelos telespectadores por email e telefone.

Se a proposta dos defensores do projeto da televisão pública era inovar<sup>45</sup>, a TV Brasil estreou com uma programação que pouco o que já era praticado pela emissora administrada pela Acerp. A única criação nova da TV Brasil foi o telejornal *Repórter Brasil*, que substituiu o *Edição Nacional*, da TVE. O posicionamento na grade não era muito diferente. O *Edição* começava às 22h e o *Repórter Brasil*, às 21h.

De certa forma, a situação ratifica as críticas de que o lançamento da emissora em 2 de dezembro de 2007 teve uma finalidade mais política. Observando o histórico da conversão da MP 398 em lei, a constituição da TV Brasil nessa data tinha como finalidade dar força para que a medida tivesse votação favorável no Congresso.

Em termos de transição entre os canais, pelo menos o que os telespectadores fluminenses viram na tela não foi uma mudança abrupta. Pouco tempo antes da TV Brasil ir

---

<sup>44</sup> Ver Apêndice B – p.169.

<sup>45</sup> A Lei 11.652 diz que a programação deve ter caráter inovador e experimental.

ao ar, o nome da TVE Rio se modificou. Ela começou a ser chamada de TVE Brasil. Até que, por fim, houve a alteração completa no nome e na identidade visual. Para alguns, isso configurou a criação da nova emissora. Porém, em termos de programação, a TV Brasil ainda continuava na essência como TVE, apesar de mudanças pontuais.

A observação da grade de dezembro de 2007<sup>46</sup> leva à constatação de que a TV Brasil é uma emissora geralista. Wolton (1996) afirma que a vantagem da televisão geralista em relação à televisão fragmentada é que ela permite ao público encontrar o diferente. Isso acontece porque a programação fragmentada procura se enquadrar com base nas preferências plenamente delimitadas da audiência. A geralista se lança ao encontro dos múltiplos públicos, o que dá a chance para que o acesso aos diversos conteúdos aconteça.

De acordo com o teórico, ao oferecer programas de natureza diferentes, a televisão geralista deixa aberta a possibilidade do telespectador assistir a programas em que não tinha pensado. “O acesso ‘por acaso’ é um dos acessos privilegiados à televisão e uma das razões essenciais pelas quais é um fator de abertura” (WOLTON, 1996, p.198). Para uma televisão pública, esta condição tem uma relevância particular. Uma das características da radiodifusão pública é atender à diversidade. Ou seja, a obrigação da programação conseguir se moldar para as múltiplas audiências.

Em termos de organização interna da grade, dentro da proposição de Roger Odin (2012), a TV Brasil pode ser classificada como palotelevisão. Os programas se sucedem compondo unidades em bloco de temáticas comuns. É o caso da formação dos programas infantil e cultural. O oposto desta situação é a neotelevisão em que o fluxo é marcado por emissões do tipo *omnibus*, que tendem a ser uma continuidade acentuada do programa anterior, mesmo quando gênero e formato são diferentes. Isso acontece pela manutenção aproximada das temáticas, dos cenários, vinhetas e na linguagem.

A partir das 6h30 da manhã, de segunda a sábado, a TV Brasil exibia o *Telecurso 2000* de primeiro e segundo graus. O programa é produzido pela Fundação Roberto Marinho e era veiculado quase no mesmo horário na TV Globo. Ele faz parte de um sistema de capacitação a distância voltado, em especial, para trabalhadores que não conseguiram concluir o ensino regular. O formato das aulas se dá por meio de histórias do cotidiano em que as informações sobre matemática, química, física, português e outras disciplinas são transmitidas ao telespectador. A Fundação ainda oferece apostilas que podem ser adquiridas em bancas, pelos Correios, via internet ou em centros de formação (MOREIRA, 2006).

---

<sup>46</sup> Ver Apêndice C – p.170.

É no mínimo estranha a presença do *Telecurso* na grade da TV Brasil, uma vez que o programa também estava presente na grade da maior emissora do país. Faltou a área de programação se questionar naquele momento o que iria motivar o público a optar pela televisão pública para acompanhá-lo e não a Globo.

Os programas *Globo Ciência* e *Globo Ecologia* também iam ao ar na TV Brasil. Eles eram veiculados na segunda e terça-feira, respectivamente. Nos outros dias da semana, os horários de 7h às 7h30 eram ocupados por programas de saúde, ciências e bem-estar. Entre 8h e 8h45, a TV Brasil transmitia o telejornal *Repórter Nacional*.

Às 8h45, era veiculado o *Salto para o Futuro*. O programa feito pela TV Escola, canal do Ministério da Educação, também sob a administração da Acerp, trata basicamente da discussão de temas ligados à gestão educacional e práticas pedagógicas.

A partir das 9h45, começavam os programas infantis, que se tornariam o principal atrativo da TV Brasil. O primeiro programa era o *Curta Criança*, que exibia curtas-metragens direcionados para o público infantil. Esta transição entre os programas é interessante de ser observada. A TV Brasil sai de um programa segmentado – o *Salto para o Futuro* – e muda para uma faixa de programas também segmentada – a programação infantil. Dois campos que se destinam, à primeira vista, para públicos opostos.

A opção da TV Brasil por colocar depois do *Salto para o Futuro* o *Curta Criança* é uma forma de fazer a transição de maneira equilibrada, sem romper com o fluxo abruptamente e iniciar um regime simbólico diferente. A TV Brasil busca pontos em comum entre os dois segmentos da audiência. Para os professores que acompanhavam o *Salto*, a intenção era ter acesso a produtos audiovisuais e técnicas de ensino que pudessem ser utilizados em sala. Para as crianças que viam o *Curta*, os filmes representavam diversão. A mudança era uma maneira de tentar manter a audiência anterior e receber aos poucos o público infantil até a exibição de produtos ser exclusiva para as crianças. Isso mostra uma característica que a programação televisiva possui e é descrita por Jost (2007). De acordo com o teórico, o fluxo deve formar uma espécie de rede gigantesca, difícil de ser desenrolada, onde cada programa guarda traços dos anteriores<sup>47</sup>.

A ordem do fluxo é de que a televisão tem de criar uma sensação no telespectador de que a atração seguinte, talvez não sendo direcionada especificamente a ele, pode ter algum

---

<sup>47</sup> A diferença desta visão com a proposição de Odin é que a neotelevisão exige que as similaridades sejam mais acentuadas e envolvam itens além da temática do programa, como a estratégia discursiva, o cenário, modo de apresentação e as vinhetas.

elemento que lhe seja interessante. É como se o indivíduo se sentasse diante do televisor e tivesse sua vontade em permanecer no canal sempre realimentada.

Logo em seguida ao *Curta Criança*, a TV Brasil mostrava a seguinte sequência de produtos: *Clifford*, um desenho animado que contava a história de uma garota chamada Emilly, que tinha um cachorro vermelho gigante; *Jay Jay, o jatinho*, animação feita em 3D que contava a história de uma turma de aviões; *Janela Janelinha*, programa produzido pela própria emissora em que a apresentadora contava estórias, charadas e curiosidades a partir da cultura de um continente selecionado por episódio; e *Um Menino Muito Maluquinho*, que narra a infância de um garoto em diferentes momentos e trata de assuntos ligados à infância, como o primeiro dia de aula, os novos amigos, *bullying*, o consumismo e outros.

Sobre a configuração da programação infantil matutina, Jost (2007) conta que um exemplo de elaboração de grade para criança é da TF1. Eles não são amontoados em uma faixa de horário. Tudo é feito com base em regras. Entre 6 e 9 horas, os desenhos são aqueles que apresentam um mundo mágico, em que animais falam como humanos. Em seguida, vêm as ficções lúdicas, nas quais a história é um caminho a levar a jogos, brincadeiras ou ação. O último grupo de desenhos são os ficcionais que procuram manter alguma coerência com a realidade. Para o autor, é como se a TV permitisse à criança o ato de despertar ao sair de desenhos de fantasia para aqueles que carregam maior vínculo com o real.

Apesar de a TV Brasil possuir em 2007 um acervo com poucos títulos infantis para veiculação, é possível perceber a tentativa de seguir um padrão de organização semelhante ao recomendado por Jost. Assim, *Clifford* e *Jay Jay* assumem o papel das emissões que apresentam o mundo mágico em que animais e outros seres conversam com as crianças, *Janela, Janelinha* pretende ser aquele que chama as crianças para jogos e brincadeiras e a série *Um Menino Muito Maluquinho* tem a finalidade de manter a coerência com a realidade, como descrito por Jost.

Privilegiar a programação infantil não é novidade no campo público da televisão. Na pesquisa *Radiotelevision de Servicio Publico*, da Unesco (2006), são apresentadas diretrizes de financiamento, ordenamento jurídico e institucional de emissoras públicas de diversas partes do mundo. Apesar das diferenças do ponto de vista político-administrativo, há consenso de que a programação não pode negligenciar o público infantil.

Durante a semana, os desenhos e séries infantis do período da manhã ficavam no ar até o meio-dia quando eram interrompidos para a veiculação de programas com perfil de revista ou reportagem. Na segunda-feira, a televisão transmitia o *Expedições*. O programa mostra lugares exóticos, belezas naturais e as manifestações populares em diversas regiões do país.

No dia seguinte era a vez do *Programa Especial*. O objetivo da revista eletrônica é mostrar pessoas deficientes atuando em diversos setores da sociedade. Para ser mais acessível, o programa tem janela de Libras, legendas em português e áudio descrição.

Na quarta, a TV Brasil veiculava uma produção da TV Cultura, o *Repórter Eco*. As pautas do programa giram em torno do desenvolvimento sustentável, conservação dos biomas brasileiros, o uso de fontes renováveis e a proteção da diversidade biológica do país. Na quinta, *Filhos* ocupava este espaço. Ele era um programa dedicado aos pais. A temática era sobre cuidados na saúde e educação das crianças. E, na sexta, o horário era preenchido pelo *Código de Barras*. Uma revista eletrônica com temas ligados, especialmente, à saúde.

Esses programas tinham duração média de 30 minutos, incluindo o tempo dos intervalos. A presença deles na grade mostra que a opção feita pelos programadores da TV era deixar o horário do meio-dia destinado a programas, por assim dizer, mais leves. Eram temáticas ligadas, ao que pode ser classificado, como comportamento e interesse humano. Com exceção do *Expedições*, que tem um perfil de grande reportagem, a opção foi pelo modelo de revista eletrônica, que se vale das técnicas jornalísticas de elaboração de notícia, porém, sem a formalidade usual dos telejornais.

As revistas eletrônicas têm como característica uma oscilação entre a informação temporalmente estática, que privilegia o discurso descritivo do factual (*hardnews*), e aquele que se estrutura a partir de um enredo temático (*softnews*) (KIELING, 2011). O uso desse modelo no horário do meio-dia aproxima a TV Brasil a uma prática já adotada por outras emissoras abertas, que utilizam esse período de tempo, para veicular conteúdo informativo. Porém, para não replicar o que já era praticado no campo privado, o canal da EBC preferiu ter múltiplas revistas eletrônicas. Assim, enquanto na televisão comercial, as notícias de saúde e moda funcionam como editoriais de um jornal que também trata de segurança, política e economia, a TV Brasil assume integralmente os temas ligados ao comportamento em um mesmo programa.

As revistas eletrônicas eram sucedidas pelo *Jornal Visual*. O telejornal também tem a proposta de fazer a inclusão da pessoa com deficiência por meio da informação. Ele destaca notícias, eventos e ações com essa finalidade. O programa ainda contém legenda e Libras para permitir o acesso dos diversos públicos. Em seguida, a TV Brasil transmitia um telejornal local.

A primeira parte da tarde era ocupada pela programação infantil. Eram basicamente as séries que já tinham sido veiculadas pela manhã. Foram incluídos na grade o *Cocoricó*, que mostra a história do menino Júlio e dos seus amigos que vivem em uma fazenda; a *Turma do*

*Pererê*, série baseada nos quadrinhos do cartunista Ziraldo; e o *Castelo Ra-tim-bum*, premiada série dirigida por Cao Hamburger para a TV Cultura, que conta a história de um menino que tinha 300 anos e vivia em um castelo mágico.

Pode-se perceber que, da mesma forma que o período da manhã, a TV Brasil tinha um esquema de organização dos infantis que passava pela lógica de programas com seres que falam com as crianças, programas com jogos e brincadeiras e séries ficcionais.

Porém, na primeira fase da TV Brasil, o horário da tarde era dominado pelo *Sem Censura*. Ele começava às 15h30 e seguia até às 17h30. O programa está no ar desde 1981. O *Sem Censura* é apresentado pela jornalista Leda Nagle, que também desempenha a função de editora-chefe. Leda fica no centro de um semicírculo rodeada por seus entrevistados. Para a conversa do dia, ela recebe atores, cantores, profissionais liberais, escritores e músicos.

Às 17h30, o programa de Leda Nagle era sucedido pelo *Atitude.com*. Transmitido ao vivo dos estúdios da TVE e, depois TV Brasil, o programa era destinado ao público jovem. Havia sempre uma atração musical que se apresentava entre os debates do dia. Os assuntos discutidos eram os mais variados, desde a importância do uso do preservativo, saúde mental até administração do tempo.

O horário nobre da televisão é o período da noite. Ele é uma peça-chave na programação, segundo Otondo (2012, p.213). “É a hora em que a maioria das pessoas está disponível, em casa, e se senta para ver televisão”. Para este momento, a TV Brasil, em 2007, tinha como predominância emissões dedicadas às artes, ao cinema e à literatura.

Esse bloco era formado pelos seguintes programas: *O Mundo da Arte*, *O Mundo da Literatura*, *O Mundo da Fotografia*, que sempre enfatizava uma personalidade das artes no Brasil. Mas, o principal programa cultural era *Arte com Sérgio Brito*. Graças a sua importância para a história do teatro, cinema e televisão no Brasil, Sérgio Britto entrevistou inúmeras personalidades das artes cênicas e da literatura do país. Foram cerca de 500 programas, em pouco mais de dez anos.

Ainda no bloco cultural, para a sétima arte havia, entre outros, a *Revista do Cinema Brasileiro*. Em 2007, o programa completou 11 anos no ar. Ele mostra matérias sobre lançamentos de filmes nacionais, discute a relação do cinema com as novas mídias, fala sobre produção independente para a televisão e internet. A grade da semana ainda tinha uma sessão para curtas-metragens na segunda-feira, uma para longas na sexta-feira e um espaço para filmes do DOC TV.

Já o programa *A Grande Música* era dedicado à música clássica. O *Acervo MPB* era o espaço dos musicais nacionais da TV Brasil. Por sua vez, *O Cultura Ponto a Ponto* era um

programa de grande reportagens feitas no interior do Brasil ou na periferia de metrópoles para mostrar manifestações populares.

Com o perfil de revista eletrônica cultural, a TV Brasil exibia o *Recorte Cultural* e o *Supertudo*. Diferente dos outros, que tinham um caráter de enfatizar a produção de um artista, grupo ou estilo, os dois programas mostravam matérias e entrevistas sobre acontecimentos recentes, como aberturas de exposições, shows e mostras de filmes.

Entre os programas de análise deixados de legado pela TVE do Rio de Janeiro está o *Observatório da Imprensa*. Apresentado por Alberto Dines, o programa está baseado no princípio do *media criticism* ou crítica da mídia. Dines, acompanhado de entrevistados, analisa a cobertura da imprensa em temas de ampla repercussão e trata de questões ligadas à publicidade, novas tecnologias, mídias sociais e regulamentação dos meios.

Outro programa que também entrava nesta classificação era o *Comentário Geral*. Ele funcionava assim: a apresentadora escolhia uma palavra e a intenção era refletir sobre os múltiplos significados que ela poderia ter. Eram exibidos depoimentos de artistas, intelectuais e acadêmicos que tivessem alguma proximidade com o tema. Um exemplo é o episódio sobre favela. Foi explicada a origem da palavra e a maneira como é apresentada na música, no cinema e na imprensa. Cada entrevistado, a partir do seu ponto de vista, permite ao telespectador compreender um ângulo dos vários sentidos que a palavra carrega.

Havia também o *Direito em Debate*. Ele era um programa dedicado a temas jurídicos, porém acabou por ser excluído da programação em pouco tempo, porque o espaço era adquirido pela Ordem dos Advogados do Brasil (OAB) pelo preço de R\$ 5 mil. A prática não era mais permitida, em função da proibição de venda de horários a entes privados, como determina a lei da EBC (VALENTE, 2009).

O *Espaço Público* foi outro programa que logo desapareceu. Ele estava no horário da madrugada. O objetivo dele era discutir temas de relevância nacional. Durante algum tempo, o principal programa de debate da TV Brasil foi o *Roda Viva*. A transmissão começava às 22h40 na segunda-feira em rede com a TV Cultura.

No sábado, a estrutura da grade era um pouco semelhante. *Telecurso* bem cedo, programas de revista e dedicados à saúde, ao meio ambiente e ao bem-estar. A diferença é que a partir das 15h predominavam programas de cunho cultural, formada pelos programas de música clássica, arte, literatura e, em especial, cinema. Além da *Revista do Cinema Brasileiro*, havia espaço para o DOC Latino Americano, DOC TV Ibero, sessão de curtas e os longas com o *Cadernos de Cinema*.

A sequência somente era quebrada momentaneamente pelo telejornal e pelo programa do professor Laurindo Leal Filho, o *Ver TV*. Na época, ele era produzido pela TV Câmara. A função é discutir a televisão nas suas várias dimensões: política, econômica e social.

No domingo, o espaço do cinema e das artes acabou por ser reduzido. O motivo está na leitura feita dos possíveis interesses da audiência para esse dia. Pela manhã, a TV Brasil exibia *A Santa Missa*. Até então, a missa e os programas esportivos, *Stadium* e *Esportvisão*, funcionavam como uma assinatura dentro da grade sobre o dia da semana. A opção por estes programas identifica o desejo da emissora em se programar tendo em vista as práticas dos telespectadores.

Aqui vale lembrar uma afirmação de Duarte (2007, p.38) que diz que a televisão tem a capacidade de sustentar os efeitos de proximidade temporal e espacial do telespectador. “A programação de fluxo explora em profundidade a dimensão temporal e tece ligações complexas com outros regimes temporais, que são externos, entre os quais está o tempo dos acontecimentos, do consumo televisual e dos ritmos da vida social em geral”. Então se há uma prática da audiência em reconhecer o domingo como dia de missa ou como o dia de acompanhar o seu time de futebol, a TV Brasil adotava medidas para que o telespectador encontrasse programas que possibilitassem a aproximação com a realidade.

O desafio para os próximos anos da TV Brasil não seria simples. Para Fernandez (2002, p.198), “a arte do novo programador de um canal público aberto, de massa e generalista para a América Latina é muito complexa, pois terá que selecionar e combinar os diversos gêneros de entretenimento, educação e informativos nas doses adequadas”. Ele tem de equilibrar os horários em que pode ser estabelecido contato, por meio dos formatos apropriados, com as expectativas, interesses e a disponibilidade anímico-temporal da audiência. Em relação à TV Brasil, ainda, há o desafio da burocracia e os conflitos de ordem política que impõem mais barreiras para a construção da sua programação.

Sobre as transformações subsequentes, o ano de 2008<sup>48</sup> começou com a promessa da presidente da EBC, Tereza Cruvinel, de que a nova programação da emissora iria estrear no meio do ano. Cruvinel respondia às críticas da imprensa e do parlamento (VALENTE, 2009). A programação praticada pela TV Brasil, no mês de referência da pesquisa, revela que a promessa não foi cumprida.

O que aconteceu, na verdade, foi a tentativa de reduzir a dependência técnica da Acerp e iniciar um esquema próprio na produção de programas e licenciamento de obras. Os

---

<sup>48</sup> Ver Apêndice D – p.171.

primeiros passos começaram pelo eixo informativo. O *Repórter Nacional*, que era exibido no período da manhã desde a época da TVE, mudou de nome para *Repórter Brasil*, telejornal que, até então, era a única criação do novo canal. Surgiram também como produções próprias o *Caminhos da Reportagem* e o *3 a 1*.

O *Caminhos da Reportagem* é um programa dedicado à produção e veiculação de grandes reportagens. Ele se insere na esteira de programas inaugurada pelo *Globo Shell* e *Documento Especial* (TV Manchete), que se estende para o *Globo Repórter*, *Repórter Record* e outros.

O *3 a 1* era um programa de debate que reunia sempre quatro pessoas no estúdio: três entrevistadores e um entrevistado ou o inverso. De certa forma, o *3 a 1* substituiu o *Diálogo Brasil*. Apesar de ocupar horários diferentes na grade, o programa era produzido em Brasília, assim como seu antecessor. Era uma forma da TV Brasil atualizar sua forma de produção de programas de debate, a partir das diretrizes que emergiam paulatinamente da EBC.

Em termos de licenciamento de obras, a TV Brasil fez um investimento que permitiu a diversificação das séries, sobretudo, as documentais exibidas pelo canal. O espaço que as recebeu foi o período da noite. Foram ao ar conteúdos como o *Bossa Nova Sempre*, *Nordestinos*, *Sertão Glauber*, *Especial Fernando Pessoa* e *Projeto Pixinguinha e Amálgama*. Por sua vez desapareceram o *Mar Sem Fim*, *O Mundo da Arte*, *O Mundo da Fotografia* e *O Mundo da Literatura*.

A emissora começou também a celebrar os primeiros acordos de coprodução, troca de conteúdo e estabelecimento de parcerias. Graças a isso foi possível criar a sessão de filmes *Tal como Somos*<sup>49</sup>. Ela faz parte de uma parceria entre a TV Brasil e a Televisão América Latina (TAL). A TAL disponibiliza conteúdos de forma aberta de um grupo de emissoras públicas da região.

A grade de 2008 também não esteve livre de impropriedades. O *Globo Ciência* e o *Globo Ecologia* deixaram de ser veiculados na TV Brasil. Algo que poderia ser antevisto, uma vez que eles já tinham espaço e audiência garantidos na maior emissora de televisão do país. O estranho foi no lugar deles entrar dois programas da TV Justiça. A presença do *Brasil Eleitor* ainda é compreensível porque ele mostra reportagens sobre a importância do voto e da democracia. Mas o *Interesse Público* apresenta as ações do Ministério Público Federal, semelhante a uma assessoria de imprensa do órgão. As matérias dizem respeito a termos de ajustamento de condutas assinados com instituições públicas, processos instaurados pelo

---

<sup>49</sup> Em algumas grades, a TV Brasil refere-se a esse programa como *América Latina Tal como Somos*.

MPF, eventos e até relato de casos que foram objeto de investigação e se tornaram emblemáticos, como a Máfia dos Sanguessugas<sup>50</sup>.

Tal ocorrência mostra que a política de programação ainda era deficitária. Por isso, para o diretor geral da EBC, Eduardo Castro, foram necessários dois anos para que a marca da televisão pública começasse a aparecer pela tela da TV Brasil. A justificativa está ligada justamente a uma das dimensões que ordenam o modo de ser da emissora: os processos burocráticos públicos.

A programação de televisão não se modifica de uma vez só, tanto pelo processo de identificação com o telespectador quanto no processo prático, como comprar filmes, licenciar produtos, produzir programas. Você não muda tudo de uma vez. Você não decide vou mudar a programação da televisão e isso acontece em um dia marcado. Em um dia, você estreia algumas coisas e deixa de exibir outras. Eu digo isso porque quando nasce a TV Brasil, já tem uma programação no ar que não é da TV Brasil, que veio alguma coisa de TVE Rio e alguma coisa de TV Nacional, que era o que havia na época e se transformaram em canais da TV Brasil. Durante um tempo, a programação da TV Brasil, que tentava dar identidade à emissora, era aquela que já vinha enxertada da TVE. Eu acho que ela [a programação] passa a mostrar o que é a TV Brasil, dois anos depois que ela entrou no ar (CASTRO, 2014).

As medidas implementadas em 2008 permitiram que no ano seguinte houvesse uma alteração contundente da grade com o aumento de títulos infantis, maior presença de parceiros da rede e a inclusão da primeira obra resultada de um processo de seleção de financiamento da EBC. Diante desses aspectos, o diretor da EBC afirma que “esta é a programação da TV Brasil [grade de 2009]. Em resumo, aquilo que ficou da programação da TVE foi por desejo, por escolha e não por necessidade prática ou porque já era feito com um resultado e o telespectador não poderia ser afastado” (CASTRO, 2014).

Em 2009<sup>51</sup>, houve uma diversificação no segmento animação e séries. O material destina-se, na TV Brasil, sobretudo para crianças e adolescentes. O plano de distribuição foi verticalizado. Ou seja, a cada dia um sintagma diferente do dia anterior. No horário de 9h às 9h30, a TV Brasil alternava as animações *Angelina* e *Thomas*. Na segunda, o primeiro a ir ao ar era *Angelina*; na terça, *Thomas*; e a alternância entre eles seguia até o final da semana. Se a opção fosse por um modelo horizontal, o programa seria repetido nos dias seguintes no mesmo horário. Entre as séries acontecia o mesmo. No horário de 13h30, a troca era entre o *Catalendas* e *Barney*.

---

<sup>50</sup> A Máfia dos Sanguessugas foi uma investigação para apurar desvio de recursos públicas na compra de ambulâncias.

<sup>51</sup> Ver Apêndice E – p.172.

Ao tomar essa medida, fica claro que a TV Brasil tem como um dos públicos preferenciais as crianças. A emissora faz um movimento contrário ao que acontece no campo privado da radiodifusão no país. Nas emissoras abertas brasileiras, o conteúdo voltado para as crianças sofreu um achatamento. O exemplo mais evidente é o desaparecimento dos desenhos da grade da Globo e redução substancial em outros veículos.

Em entrevista a este trabalho, a gerência de pesquisa da EBC reafirma que a programação da TV Brasil busca cumprir o papel de complementaridade ao oferecer alternativas ao que é exibido na mídia privada.

Há um consenso de que a programação infantil nas TVs comerciais vai ser exclusividade de TV por assinatura. E muita gente das classes menos abastadas não tem acesso a TV por assinatura. Outro fator é que enquanto o cuidador está fazendo uma atividade, a criança está em outra. Então, a TV funciona como um apoio ao cuidador. O que a criança vai ficar olhando? Programa policial? A criança vai ficar vendo receita de bolo, entrevista com pagodeiro, com comediante ou ator da novela? (ADLER, 2014).

No entanto, também é nítido que, em 2009, não havia uma concepção objetiva de como a grade deveria ser composta. Em geral, um plano de programação verticalizado tende a ser praticado por canais pagos. Na televisão aberta, o esquema de distribuição é horizontal, justamente porque ele permite ao telespectador estabelecer o hábito de acompanhar o mesmo programa, em dias diferentes, e programar a rotina diária com base na expectativa de encontrar algo interessante na televisão.

Em 2009, a TV Brasil também promoveu uma aproximação com a Rede Minas, que permitiu desenvolver maior integração na veiculação de conteúdo disponibilizado pelas emissoras parceiras. A Rede Minas, com sede em Belo Horizonte, é uma das maiores televisões públicas estaduais. Ela ofertou para a cabeça de rede, a partir de 2009, os seguintes programas: *Diverso*, *Rede Jovem de Cidadania* e *Alto Falante*.

Na descrição oficial, a TV Brasil diz que o *Diverso* “aborda as culturas urbana e *pop* e seus impactos no mundo de hoje. Em cada edição, o programa trata de um assunto relacionado às manifestações culturais e artísticas do Brasil” (TV BRASIL, 2009). No ano que começou a ser exibido, o *Diverso* tratou de temas como o retrato fotográfico, produção publicitária, o processo de criação de obras de artes plásticas. O programa é organizado em formato de reportagens com *offs* curtos. A ênfase é dada ao depoimento dos entrevistados, sejam eles artistas, intelectuais ou *pessoas comuns*.

Por sua vez, o *Rede Jovem de Cidadania* é um programa produzido pela Associação de Imagem Comunitária, em parceria com a Rede Minas. O programa mobiliza cerca de 250

entidades ligadas à juventude na capital mineira. Os jovens participam de oficinas de capacitação ligadas à comunicação. Eles são incentivados a produzir vídeos que mostram, em uma perspectiva positiva, as oportunidades e o modo de vida da juventude da periferia de Belo Horizonte (AIC, 2009).

Já o *Alto Falante* é apresentado pelo jornalista Terence Machado, especialista em música. Por meio da veiculação de clipes, Terence conta a história de músicas, bandas e estilos musicais, em especial o rock. É aberto também espaço para bandas da cena independente do Brasil.

Além da colaboração entre entes da Rede Nacional de Comunicação Pública, a relação entre a TV Brasil e a Rede Minas está vinculada ao artigo 2º, inciso IV, da lei 11.652/2008 que coloca como obrigação da EBC a “promoção da cultura nacional, estímulo à produção regional e à produção independente” e especifica percentual mínimo deste tipo de conteúdo na grade da emissora (BRASIL, 2008).

Também começou a ser veiculada a série *Nova África*<sup>52</sup>, resultado do primeiro edital na modalidade de *pitching* aberto pela EBC. Foram 26 episódios produzidos pela Baboom Filmes que percorreu diversos países para mostrar, por meio do relato de um personagem de cada local, aspectos políticos, culturais e sociais.

Uma justificativa imediata para o interesse da televisão brasileira sobre o continente africano seria a realização do Mundial de Futebol em 2010. O detalhe é que o volume de produções sobre a África continuou mesmo após o campeonato. Oficialmente, a permanência dos programas aconteceu em decorrência dos vínculos históricos e proximidades culturais.

Os musicais também foram modificados. Além do *Alto Falante*, com a cultura do rock e pop rock, a TV Brasil concedeu espaço para a cultura caipira com o *Viola, Minha Viola*. O programa da TV Cultura está no ar desde 1980. Ele era apresentado pela cantora Inezita Barroso. Em regime de coprodução, a TV Brasil passou a exibir também o *Samba na Gamboa*. Apresentado por Diogo Nogueira, o programa *musical* reúne intérpretes consagrados deste estilo musical.

Essa medida se enquadra dentro do que Fernandez (2002) chama de revalorização do público. Trata-se de uma iniciativa de desconstrução de uma televisão pública de caráter elitista. Com isso, o autor procura retirar a visão sectária de que a programação nesse tipo de veículo deveria se prestar unicamente à veiculação de vídeoaulas e concertos. Uma visão que, segundo ele, é predominante em países da América Latina.

---

<sup>52</sup> Com proposta semelhante, a TV Brasil teve também o *Nova Amazônia* exibido em 2012.

Para Fernandez, a programação deve ser capaz de dialogar com a audiência sem enquadrá-lo como uma massa apática que precisa de cultura. A emissora considera que sem alcançá-lo não há comunicação, nem legitimidade social, nem cumplicidade cultural e nem a possibilidade de enxergar expectativas e demandas específicas.

Nesse sentido, a TV Brasil continuou a ter seu programa de música clássica, *A Grande Música*, que pouco depois foi substituído pelo *Partituras*. Mas, na mesma programação, passou a existir emissões dedicadas a outros estilos populares.

De acordo com Orozco Gomez (2002, p.259), uma televisão pública não pode eliminar, *a priori*, nenhum gênero televisivo ou ter uma programação temática exclusiva. O canal não pode ficar enclausurado em uma programação da “alta cultura” – “que normalmente é dirigida as audiências info-ricas, redimensionando os seus tratamentos televisivos. [A televisão pública] poderia oferecer tanto programas de arte (...) até *reality shows* respeitosa e eticamente produzidos e transmitidos”.

No período 2009-2010<sup>53</sup>, a TV Brasil refez o alinhamento dos programas no período da tarde. Na grade da TVE, havia o *Atitude.com* como um programa no final do dia dedicado ao público adolescente. A opção da nova emissora foi por colocar no ar o *Estúdio Móvel*. Um programa de cunho cultural que se dedica a entrevistar profissionais dos variados segmentos artísticos e ainda tem quadros de música. Logo em seguida, a TV Brasil criou um bloco dedicado a séries adolescentes. Foram incluídas séries internacionais: *Snobs*, uma série infanto-juvenil australiana que mostrava a história de um garoto cigano que passa a morar na cidade de Eden Beach; e, nessa mesma linha, foi veiculada *Uma nova iorquina na África*, que contava a vida de uma garota de 13 anos quando tem que trocar os Estados Unidos pela África do Sul e se vê diante de um choque de realidade.

Em 2010, a TV Brasil veiculou *Karkú, uma galera atrevida*, e *Aborrecentes* na grade. O primeiro era uma série produzida pela TVN, do Chile. A trama se desenrolava em torno de um grupo de seis adolescentes e sua vida na escola onde se conheceram. O outro, uma animação canadense que retratava a história de maneira bem-humorada de um grupo que aos “14 anos descobre a idade em que eles deixam de ser crianças e devem tomar decisões por conta própria” (TV BRASIL, 2010).

A presença dessas séries adolescentes de produção internacional tem pontos de discordância. De acordo com o documento da Unesco (2006, p.241), a programação dos veículos públicos deve privilegiar a cultura nacional. Conteúdo deslocado do contexto

---

<sup>53</sup> Ver Apêndice F – p.173.

geográfico do telespectador não é recomendado. Segundo o texto, “alguns criticam este feito como uma promoção cultural ou chauvisnimo racial, porém outros o recebem como uma esperada barreira contra a penetração cultural estrangeira, o imperialismo cultural”.

A preferência desta pesquisa é por considerar a análise de Wolton (1996). O autor diz que não é por se divertir com programas internacionais que o público abdica da sua identidade. Jost (2012, p.27) explica que cada série ficcional tem a propriedade de se conectar ao público por apresentar elementos que lhe são comuns, mesmo que os locais de produção e exibição sejam diferentes. Para ele, “as ficções são mais ou menos repousantes dependendo da relação que estabelecem com o mundo e conosco”. Por isso, elas não podem ser simplesmente descartadas. No caso em questão, há de se considerar também que, em grande parte do tempo, a grade da TV Brasil era dominada por programas de temática nacional.

Em 2011<sup>54</sup>, o investimento no público infanto-juvenil continuou. Em substituição às séries do ano anterior entraram na grade o *Clube do Travesseiro*, série australiana que narrava a história de cinco garotas que fundam uma espécie de sociedade secreta para se ajudarem mutuamente nos desafios de ser adolescente, e o *Galera do Surf*, que contava a vida de uma turma de amigos que frequentam uma escola de surf. No mesmo ano foi ao ar a série ficcional adolescente produzida no Brasil, *Brilhante Futebol Clube*. Ela mostrava o desafio de cinco garotas do interior de Minas Gerais para criar um time de futebol. Ao contrário das outras séries infanto-juvenis que foram exibidas mediante licenciamento, *Brilhante* foi feita em regime de coprodução com a EBC.

Diante do apresentado aqui, é possível inferir que, durante a semana, a grade da TV Brasil tem uma forte segmentação baseada por idade, ficando assinalado o período da manhã e uma parcela da tarde para as crianças, o final do dia para o público jovem, e a noite para emissões de caráter informativo e de análise para os adultos. Em alguns momentos, a sequência dos infantis é quebrada por programas informativos, como o *Sem Censura*, que reina no horário das 16h.

Quatro anos após entrar no ar, também é possível notar, na distribuição de gêneros e respectivos programas, aqueles que se constituem como basilares da TV Brasil – isso devido à sua recorrência nas grades já apresentadas e por se tornarem parâmetro para as programações subsequentes. São eles: no campo educativo, o *Telecurso* e *Salto para o Futuro*; as séries infantis, *Janela*, *Janelinha* e *Um Menino Muito Maluquinho*; os de análise, *Sem Censura*,

---

<sup>54</sup> Ver Apêndice G – p.174.

*Observatório da Imprensa* e o *Brasilianas.org*; o informativo *Repórter Brasil*, as sessões de filmes dedicadas ao documentário e ao cinema nacional; e as revistas eletrônicas *Expedições* e *Stadium*.

No caso campo educativo, a emissora repete uma prática de algumas emissoras privadas reservando o período da madrugada para sintagmas desta natureza. A semelhança também com os canais comerciais está na repetição do *Telecurso*, programa produzido e veiculado pela Globo. Eventualmente, como as grades mostram, outros horários no período da noite durante a semana e à tarde nos finais de semana recebem programas educativos, mas de maneira incipiente.

As revistas eletrônicas fazem parte do perfil programático da TV Brasil. Elas permitem, mesmo a grade sendo geralista, que haja momentos direcionados para públicos específicos e bem delimitados. É o que acontece ao veicular programas com temáticas como o *Programa Especial*, por exemplo.

Na distribuição cromática da programação vale notar a mudança nas cores ao longo do dia, em particular a transição que vai dos gêneros de animação e séries, durante o dia, para o gênero de análise, no período da noite. Tornaram-se, neste aspecto, particularmente centrais o *Sem Censura* e programas como o *Observatório da Imprensa*.

Um fato observável, no período analisado até aqui, é a mudança no nivelamento da grade. No ano de 2007 e 2008, a estrutura era esta: horizontal durante a semana e vertical aos finais de semana. Na prática, isso significa que de segunda a sexta a preferência é por programa seriados com episódios ou edições no mesmo horário a cada dia. Já a condição vertical exige a alternância de programas, mesmo que em horário semelhante, no sábado e domingo.

Entre 2009 e 2011, o aumento na oferta de conteúdo infantil e as mudanças no horário da tarde foram feitas de maneira a tornar a grade mais vertical. Dessa forma, antes das séries internacionais no fim dia, sempre ia ao ar um programa diferente. Na segunda, *Rede Jovem de Cidadania*, na terça, *Mais Ação*; na quarta, *Alto Falante*; na quinta, novamente *Mais Ação*; e na sexta, *Diverso*.

Já em 2012<sup>55</sup>, a grade voltou a ter um nivelamento horizontal durante a semana. Do mesmo jeito que a verticalização começou nos programas infantis, a modificação nesse ano pode ser observável nesse segmento. Assim, cada animação e série para as crianças voltaram

---

<sup>55</sup> Ver Apêndice H – p.175.

a ocupar um horário ao longo da semana. O modelo é diferente do praticado em 2010 e 2011, em que havia programas alternados para dias específicos.

Um exemplo é *Barney*. Em 2010, no período da manhã, ele era exibido segunda-feira às 9h. Nos outros dias, eram programas diferentes. Em 2012, a série americana continuou às 9h, mas podia ser acompanhada pelo público de segunda a sexta. A emissora da EBC não consegue estabelecer uma constância no modelo de oferta dos programas. Não se trata aqui da entrada e do desaparecimento de emissões, mas das mudanças nas diretrizes dos horários.

Outra situação do ano de 2012 reafirma tal aspecto. Houve uma substancial mudança nas primeiras emissões da manhã. O *Telecurso* passou a iniciar mais cedo, dentro do mesmo horário exibido na TV Globo. O *Salto para o Futuro* se tornou, na escala de horários, o último dos educativos. Ele era sucedido pelo *Caminhos da Reportagem*.

Em seguida, vinham programas que transitavam entre o informativo e o educativo. Na segunda, a TV Brasil exibia o *Taxista Empreendedor*, produzido em parceria com o Sebrae e destinado para o aprimoramento dos serviços dos taxistas por meio de cursos; na terça, o *Opção Saúde* tratava de qualidade de vida, bem-estar, dava dicas de exercícios e alimentação; na quarta, *Bom para Todos*, produzido pela TVT, do Sindicato dos Metalúrgicos do ABC, era uma espécie de revista eletrônica sobre direitos sociais; na quinta era a vez do *TV é Ciência*, produzido pela TV pública do Espírito Santo, ele destaca a pesquisa, produção científica do estado; e na sexta ia ao ar o *Sementes*, produzido pela TV Cultura do Pará e que reúne reportagens sobre pesquisas agrícolas e para preservação do meio ambiente.

Nessa reorganização do período da manhã, o *Repórter Brasil Manhã* passou a antecipar o *Jornal Visual*. O motivo é por uma necessidade técnica. O *Jornal Visual* é gravado. Havia, portanto, um problema para área de jornalismo que colocava no ar um programa desatualizado. Nas ocasiões em que acontecia algo inesperado durante à noite anterior, o primeiro telejornal da TV Brasil simplesmente não mostrava. Por isso, o *Repórter Brasil*, que é ao vivo, se tornou o primeiro telejornal do dia.

Acontece que em 2013 houve uma modificação nessa medida. A primeira edição do telejornal mais importante da emissora foi para o meio-dia. O *Jornal Visual* tornou-se apenas *Visual*. Assim, ele ficou desobrigado a ter de lidar com as notícias da noite anterior, como aponta a diretoria de jornalismo em entrevista a esta pesquisa: “Nós tiramos o nome *Jornal Visual*, porque havia um jornal anterior. Mas, ele foi transferido para depois do almoço. O *Visual* entra sozinho pela manhã. Como ele é gravado, não havia como ele apresentar um factual do período da noite, por exemplo” (BEIRÃO, 2014).

O estranho na TV Brasil é que as discussões sobre adequações dos programas oriundos da TVE acontecem com atraso. Os programas religiosos, por exemplo, já estavam na programação que veio do canal carioca, mas somente em 2010 começaram questionamentos a respeito da existência deles.

O *Visual* ou *Jornal Visual* também tem sua origem na TVE. As mudanças em 2012 e 2013 deixam dúvidas se alguém, antes disso, questionou sobre o formato ou métodos de produção do programa. Foram necessários quase seis anos de permanência dentro da TV Brasil para que o departamento de jornalismo percebesse certa inadequação.

A TV Brasil tem diversas instâncias que lidam com a programação. Há uma diretoria exclusiva para este assunto, bem como gerências e coordenações para cada mídia – rádio e televisão. Ela dispõe de órgãos internos de apoio como comitê de programação e as instituições que representam a sociedade civil, o conselho curador e a ouvidoria. Curioso observar que, nos casos aqui relatados, as inadequações de cada programa demoraram a se materializar.

Não significa que a grade tem que ser um sistema fechado. Como aponta Jost (2007), ela é um dispositivo elástico que permite receber programas diversos, de acordo com as expectativas de composição da audiência em cada momento. Experimentar uma emissão em dado horário e saber qual tipo de retorno se obtém é algo natural e, sem sombra de dúvida, uma estratégia importante para a televisão.

Porém, ao avaliar o histórico da programação da TV Brasil, a impressão que se tem é de que a emissora convive diuturnamente com dúvidas sobre o formato dos seus programas e a política de programação decorrente da utilização deles.

A condição deficitária do canal para apurar os resultados junto à audiência pode ser um dos motivadores para esta situação. Como o único sistema de medição de que dispõe é o Ibope, ela não consegue ter uma dimensão precisa do alcance da sua transmissão. É fundamental desenvolver uma estratégia própria de leitura da audiência capaz de contemplar as nuances que permeiam o campo público da televisão no Brasil<sup>56</sup>. Como a emissora desconhece o público ao qual se destina, a condição elástica da grade converte-se em campo para experimentalismos imprecisos.

A análise do ano de 2012 também permite notar a ênfase da TV Brasil na produção audiovisual nacional. O canal modificou o nome da sua principal sessão de filmes. Ela foi de

---

<sup>56</sup> Este assunto foi citado no capítulo anterior. Como mencionado, há deficiências agudas no processo de aferição do comportamento dos telespectadores no Brasil, um aspecto que se acentua ainda mais na televisão pública que tem por obrigação atender regiões geográficas negligenciadas pelos veículos comerciais.

*Programas de Cinema para Cine Nacional*. Desde a sua criação a emissora concedeu espaço para cinematografia brasileira. A medida colocou a emissora da EBC entre uma das principais janelas de exibição dos filmes produzidos no país.

Tabela 9. Número de longas-metragens exibidos na televisão aberta no Brasil

	2007	2008	2009	2010	2011	2012
<b>BAND</b>	4	1	0	1	0	2
<b>CNT</b>	6	3	0	0	0	0
<b>Record</b>	2	1	1	0	0	1
<b>Rede TV</b>	0	0	0	0	0	0
<b>SBT</b>	0	1	2	0	0	0
<b>TV Cultura</b>	45	39	54	73	54	84
<b>TV Gazeta</b>	0	0	0	0	0	0
<b>Globo</b>	61	70	75	79	74	65
<b>TV Brasil</b>	81	107	84	80	80	79
<b>MTV</b>	0	0	0	0	0	0

Fonte: Relatório de Monitoramento da TV Aberta – Ancine (2007-2012)

Ao dar o nome de uma sessão de cinema de *Cine Nacional*, a TV Brasil solidifica como parte da sua política de programação a participação dos filmes brasileiros. A medida encontra-se em linha com a Carta de Brasília, documento final do Fórum Nacional de TVs Públicas, que estipulou que “a TV pública considera o cinema brasileiro um parceiro estratégico para a realização de sua missão e enxerga-se como aliada na expansão da sua produção e difusão”. Ela também procura atender, segundo a própria EBC (2012), a exigência da lei 11.652 de promover a cultura nacional e fomentar a produção audiovisual.

No que se refere ao pensamento em torno das diretrizes de um veículo público, Ottondo (2012) afirma que a televisão pública precisa praticar seu caráter de complementaridade. A política de programação tem de enxergar segmentos não atendidos pelos canais privados. A escolha por um volume considerável de conteúdo infantil é um resultado dessa medida. Colocar na tela filmes brasileiros também. Como mostra o gráfico, com exceção da Globo, os outros veículos comerciais têm índices baixos de exibição de obras cinematográficas nacionais, o que abre um campo a ser explorado e ocupado pela radiodifusão pública.

A série *Caminhos da Democracia* é outro ponto a ser observado. Idealizada pelo sociólogo Herbert José de Souza, o Betinho, foram veiculados os cinco episódios que tratam da história política do Brasil dividida assim: “Programa 1: Da Revolução à Renúncia (1930-1961); Programa 2: O Golpe do Golpe (1961–1967); Programa 3: Esquizofrenia e Milagre

(1968–1973); Programa 4: O Retorno de Golbery (1973–1979); Programa 5: Abertura e Impeachment (1979–1993)” (TV BRASIL, 2012).

*Caminhos da Democracia* inaugurou um espaço para documentários sobre a história política do Brasil. Antes documentários especiais eram destinados, majoritariamente, a artistas e à cultura, como o *Sertão Glauber* e *Especial Fernando Pessoa*, de 2008.

No período 2012 a 2014, as revistas eletrônicas, que estavam presentes em diversos pontos da programação ao longo do dia, foram circunscritas a horários de transição durante a semana: início da manhã, início da tarde, início da noite e início da madrugada. Aos finais de semana, a presença está mais acentuada aos sábados.

Em 2013<sup>57</sup>, as disputas entre o conselho curador e a diretoria executiva no final da gestão de Tereza Cruvinel, na prática, deram pouco resultado. O interesse inicial dos conselheiros em extinguir os programas religiosos da programação não foi adiante, devido a liminar concedida pela Justiça à Arquidiocese do Rio de Janeiro. A transmissão da missa aos domingos na TV Brasil e na Rádio Nacional continuou. Da mesma forma, o *Reencontro*, programa de orientação protestante, não foi alterado. O resultado do embate foi a criação de um novo espaço denominado *Liberdade Religiosa* para contemplar discursos de outras religiões não atendidos.

O caso mostra como as práticas instaladas na mídia privada acabam por refletir dentro dos veículos públicos. Segundo a Agência Nacional do Cinema (Ancine), o gênero com maior presença na televisão brasileira é o religioso. Em 2013, 13% de toda a programação das emissoras foi ocupada por padres, pastores e líderes espirituais. Com exceção do SBT, todos os canais destinaram parcela de tempo para igrejas.

Quase a totalidade dos programas religiosos é paga. Ao vender o espaço, a emissora não tem que se preocupar em comprar os direitos de exibição de uma obra ou produzir algo para determinado horário. O lucro é garantido, já que a emissora não tem gastos de produção.

O entendimento desta pesquisa é que a veiculação de programas religiosos é resultado do abandono legal do sistema de radiodifusão no país e, também, de como as relações de poder na radiodifusão se configuraram sob a mesma égide que ordena a política partidária. Assim, se o deputado e o senador conseguem ser eleitos por seu vínculo com um grupo religioso, ocupar o espectro com padres e pastores é, antes de tudo, uma estratégia de consolidação de segmentos que querem se tornar (ou se manter) hegemônicos. Dessa forma,

---

<sup>57</sup> Ver Apêndice I – p.176.

além de angariar “fiéis” para sua causa, eles fazem valer seus interesses em debates de interesse nacional.

Por sua constituição legal, a TV Brasil não poderia destinar tempo de grade para religiões. Às vezes, porém, a rigidez da lei se molda aos interesses em jogo. Em uma busca nas emissoras que são referência em modelos de gestão e de programação deste trabalho – BBC da Inglaterra e TVN do Chile -, não foram encontrados programas religiosos. O que acontece é, eventualmente, um programa jornalístico mostrar um tipo de crença.

Em 2014<sup>58</sup>, a TV Brasil fez uma modificação no horário da madrugada. Entrou no ar conteúdo destinado ao trabalhador rural. Entretanto, ao invés de criar um telejornal próprio com colaboração da rede de afiliadas, a TV Brasil optou por colocar na grade revistas eletrônicas de temática rural que já são exibidas nos estados, replicando simplesmente o que já está pronto. Passaram a ser transmitidos: *Tela Rural*, da TV Universitária do Rio Grande do Norte (TVU-RN); *Marca Paraná*, da TVE Paraná (PR); *Vitrine do Campo*, TVE Tocantins; *Notícias do campo*, TV Unifev, de Votuporanga (SP); *ES Rural*, da TVE Espírito Santo; e *Rio Grande Rural*, da TVE do Rio Grande do Sul.

Dessa forma, aumentou a presença de conteúdo exibido dentro da TV Brasil que é produzido pelos integrantes da Rede Nacional de Comunicação Pública. Até então, as principais ofertas das emissoras parceiras eram reportagens para o *Repórter Brasil*. Em termos de programas, apenas a Rede Minas, com *Dango Balango*, *Diverso*, *Alto Falante* e *Rede Jovem de Cidadania*, e a TVE Espírito Santo, com *TV é Ciência*, tinham presença fixa na grade. Os outros participavam eventualmente com alguma série<sup>59</sup>.

Oficialmente, a decisão de reproduzir os programas é para dar destaque à produção das afiliadas. Em vez de replicar a íntegra dos programas, o ideal seria que as reportagens fossem selecionadas, editadas e organizadas em um telejornal próprio. O que se percebe é uma alternativa rápida e simplista viabilizada pela TV Brasil para evitar o dispêndio na produção. O efeito disso é uma faixa informativa sem identidade.

Os programas rurais entraram no ar na TV Brasil também com base novamente em uma estratégia de ocupação de espaços deixados pela televisão privada. Em 2014, foi o ano que a TV Globo fez uma transformação no horário do final da madrugada e início da manhã. A emissora da família Marinho extinguiu o *Telecurso* e deixou de exibir o *Globo Rural*

---

<sup>58</sup> Apêndice J – p.177.

<sup>59</sup> A TV Cultura também tem presença na grade da TV Brasil. Ela fornece o Sr. Brasil, Viola Minha, Viola, Roda Viva e Provocações. No entanto, a TV Cultura não integra oficialmente a rede da TV Brasil. A relação entre as duas é uma parceria na troca de conteúdo ou no licenciamento de produtos entre ambas, e não na relação entre cabeça de rede e afiliada.

durante a semana, voltando a ser veiculado apenas aos domingos. No lugar deles, entrou um novo telejornal, o *Hora 1*, e foi ampliado o tempo do *Bom Dia* de cada estado.

O ano de 2014 também foi marcado pelo fim da exibição do *Roda Viva* pela TV Brasil. O programa de entrevistas da TV Cultura também era parte do espólio da TVE. Segundo a direção de jornalismo, a troca de apresentadores da atração teria provocado reclamações do público e do conselho curador. A insatisfação seria causada pela linha editorial adotada pelo programa com a entrada do jornalista Augusto Nunes, que substituiu Mário Sérgio Conti. Pouco depois, o acordo de troca de conteúdo entre a TV Brasil e a TV Cultura, que é renovado a cada dois anos, não cobriu a cessão do *Roda Viva* para a EBC. “Pra gente, seria bom graças a essa pressão que já existia por causa do conselho curador e do telespectador que reclamava do Augusto Nunes e da linha editorial do *Roda Viva*” (BEIRÃO, 2014).

Na TV Cultura, o *Roda Viva* era exibido apenas para São Paulo, para os usuários de TV por assinatura e telespectadores de outras regiões do Brasil que recebem sinal via antena parabólica. Na TV Brasil, porém, o programa ganhava capilaridade ao ser retransmitido para a rede de afiliadas. Por outro lado, como estava presente na grade desde a época da TVE, ele já havia, segundo a diretoria da EBC, sedimentado o interesse do público e era preciso encontrar uma alternativa para a saída dele da programação. A estratégia adotada foi colocar programas culturais que pudessem concorrer com o *Roda Viva* em São Paulo.

O que nós pensamos foi o seguinte: vamos pegar o programa que faz mais sucesso entre as afiliadas que é o *Samba na Gamboa*, seguido do *Arte do Artista* e vamos por na segunda, porque concorre com o *Roda Viva*. Aí, a gente passa o programa novo para terça-feira, que era o horário desses dois programas. Fez uma troca de dias que funcionou em termos de audiência. O jornalismo passou, então, a ter uma pressão para colocar com urgência no ar um programa que substituísse o *Roda Viva* (Ibidem).

O jornalismo da TV Brasil resgatou um programa que estava presente na grade da TVE e ficou até julho de 2008 no ar. O *Espaço Público* foi a opção encontrada pela diretoria do canal para substituir o vácuo deixado pelo *Roda Viva*. O programa também tinha a missão de cobrir o vazio de outro programa de debates que desapareceu, o *3 a 1*.

Na verdade, observando o formato do *Espaço Público*, pode-se dizer que o que aconteceu foi uma repaginação do *3 a 1*. Da mesma forma que o antecessor, o *Espaço Público* sempre recebe um entrevistado que responde questões dos dois apresentadores e de um jornalista convidado. O *3 a 1* sempre reunia três jornalistas e um entrevistado ou um jornalista e três entrevistados. Os temas mais debatidos, em geral, são os mesmos: política e economia.

O caso dos programas de análise é ilustrativo de como a identidade da TV Brasil ainda não se consolidou plenamente. A diretoria de jornalismo, em entrevista a esta pesquisa, admitiu que a contratação de profissionais para este segmento leva em consideração a possibilidade dele ter acesso a autoridades, artistas e intelectuais que, talvez, não se interessassem em participar de um debate na emissora. Foi o que ocorreu com o jornalista Paulo Moreira Leite que está à frente do *Espaço Público*. É visível que Leite, apesar da sua experiência e grande respeitabilidade no jornalismo, não tem habilidade plena com a câmera. Sua postura, gestos e modo de fala não combinam com a exigência que deveria haver para um apresentador. Luís Nassif, no *Brasilianas.org*, também tem dificuldades de dicção e articulação de frases que tornam para o telespectador difícil a compreensão de certas frases.

Nassif, por exemplo, não tem uma ótima dicção. Mas ele é um profissional que consegue levar quem ele quer ao programa. Algo que a Globo consegue independente de quem apresenta o programa e a TV Brasil sozinha não consegue. Ele agrega conteúdo. O Dines é a mesma coisa. Ele já tinha o programa na TVE. (...) O Paulo Moreira Leite foi meio falta de opção. O Azedo que ficou anos, mas não tem muito perfil de vídeo, foi por causa do nome. Ele é um cara do Correio Braziliense (BEIRÃO, 2014).

Novamente sobre a grade houve, ainda, uma repaginação também do programa de música clássica. Ele foi modificado. Saiu *A Grande Música* e em seu lugar entrou *Partituras*, que ocupou o mesmo horário do antecessor – a madrugada de sábado – e um novo espaço, que foi a noite de domingo. O formato dos programas não é muito distante. Ambos têm a preocupação de não apenas mostrar a execução de músicas eruditas, mas apresentar informações sobre obras, compositores e estilos – uma espécie de educação do público para a música clássica. Até mesmo o cenário não é muito diferente. O músico, em geral, fica em um estúdio com iluminação mais densa.

O principal elemento da programação, em 2014, foi a exibição da *telenovela Windeck*. Ela é parte de uma tentativa da emissora em criar um espaço ficcional na grade no horário das 23h, antes ocupado exclusivamente por documentários, programas de arte e de debates. Em 2013, a TV Brasil já havia exibido duas séries nesse espaço. Primeiro foi ao ar *Equador* e, logo em seguida, *Shuga*.

*Equador* era uma série portuguesa baseada em um livro do escritor Miguel de Sousa Tavares. Foram exibidos 30 episódios. Eles contaram a história de Luís Bernardo, governador geral de São Tomé e Príncipe, e que se envolve em um triângulo amoroso com a esposa de um cônsul inglês. Por sua vez, *Shuga* era uma série africana gravada no Quênia e na Nigéria. A história se dá em torno de um grupo de jovens e das relações afetivas que eles constroem. A

todo instante esse envolvimento se mostra com algum tipo de risco, como uma gravidez indesejada, a contaminação pelo vírus da Aids ou o envolvimento com drogas.

As séries abriram oportunidade para que em 2014 fosse ao ar *Windeck*. Elas serviram para fazer uma experiência em relação ao uso das legendas. *Equador*, por exemplo, foi veiculada três vezes: com e sem legendas e também dublada.

Quanto a *Windeck*, a telenovela angolana chegou com certo apelo por ter sido indicada ao Prêmio Emmy Internacional em 2013. A produtora é a Semba Comunicação, empresa criada por José Eduardo Paulino dos Santos, filho do presidente de Angola, José Eduardo dos Santos. Antes de ser exibida no Brasil, ela foi transmitida também pela RTP, televisão pública de Portugal.

*Windeck* se passa em Luanda. A história acontece nos bastidores de uma revista de moda. A trama se dá pelas disputas de poder e prestígio entre os personagens. Antes de decidir se iria ser colocada na grade, a TV Brasil convidou representantes da Secretaria de Políticas de Promoção da Igualdade Racial, da Presidência da República (Seppir), e grupos afro de Salvador (BA) e do Rio de Janeiro (RJ) para um teste de audiência.

Para a TV Brasil, *Windeck* foi um bom negócio. Os direitos da novela foram contratados pela Seppir. Em termos de audiência, o resultado foi satisfatório. Ela se converteu na melhor audiência da emissora nas praças de Brasília e Rio de Janeiro. Em termos de atendimento à proposta do canal, em reunião do conselho curador da EBC, o conselheiro João Jorge<sup>60</sup> fez uma exposição do que ela representa.

o mais importante é também trazer uma África real, a África que tem os cabelos lisos, a África que tem gente que quer acender rapidamente (...) Essa iniciativa é fundamental pra comunicação pública no Brasil (...) Esse tipo de novela vai nos dar oportunidades da gente questionar o que está acontecendo com a juventude que está do outro lado do rio, o atlântico é um rio, tem a margem direita e a margem esquerda. Nós estamos em uma das margens, na outra margem a vida não parou. Essa novela tem muitas características das novelas brasileiras e mexicanas (CONSELHO CURADOR, 2014).

Para o conselheiro João Jorge, existem muitas semelhanças entre *Windeck* e a telenovela brasileira. A diferença é que “os personagens são cem por cento africanos. Quem sabe isso não causa um impacto nos brasileiros que já se acostumaram a ver novelas com cem

---

<sup>60</sup> João Jorge é presidente do grupo Olodum. Segundo descrição do conselho curador da EBC, ele é “uma das principais referências no Brasil na questão da defesa dos direitos da população negra e do combate ao racismo, ao lado da promoção da autoestima e do orgulho da comunidade negra” (CONSELHO CURADOR, 2011).

por cento de descendentes de europeus, sem um único negro, ou às vezes com três ou às vezes com dois” (Ibidem).

Sobre o idioma de *Windeck*, a TV Brasil manteve a fala original sem o uso de legendas. Eventualmente quando o personagem utiliza uma gíria ou palavra considerada mais difícil de ser compreendida entra na tela uma tarja com o significado. Também foi colocado para o telespectador o recurso de *closed caption*.

A decisão de exibir *Windeck* se encaixa em uma das proposições de Rincon (2002, p. 306) sobre a televisão pública. Para ele, os veículos públicos devem procurar experimentar no visual. Segundo o pesquisador, o desejo de uma televisão unicamente formativa e educadora gera modelos de baixo resultado. “A televisão pública vê-se destinada à busca da estética, da inovação narrativa, da abertura de gêneros e formatos, da exploração de idéias, do aparecimento de novos talentos, da criação em diversidade formal, e também a encher a tela de sedução visual”.

*Windeck* está nesta linha. Primeiro por ser uma telenovela, o que não é habitual para veículos públicos no Brasil, uma emissão desta natureza. Depois, por seu caráter inédito na televisão aberta do país – uma telenovela produzida na África com quase a totalidade do elenco formada por negros que falam um português mais próximo ao lusitano.

Apesar do retorno positivo, é possível encontrar outra fragilidade da TV Brasil. Na ocasião do lançamento, a EBC fez uma ação que envolveu os diversos veículos da estatal. Nas rádios, a Nacional de Brasília, Nacional do Rio de Janeiro e a MEC AM, fizeram uma programação musical especial sobre a cultura africana, para chamar a novela. O *Repórter Brasil*, no rádio e na TV, veiculou reportagens especiais sobre Angola e os movimentos afro no Brasil. Tudo era sucedido por uma nota do apresentador que informava a estreia da novela.

Esse tipo de iniciativa, porém, não é prática da TV Brasil. Apesar da EBC possuir diversas emissoras de rádio, um portal e uma agência de notícias, a promoção dos produtos da TV Brasil em outras mídias é pontual. Em acompanhamento feito pela ouvidoria em fevereiro de 2015, os únicos programas da televisão que tinham chamadas fixas no Sistema Público de Rádios eram o desenho *Igarapé Mágico*, o *Partituras* e eventualmente os programas esportivos.

Tal situação revela uma desconexão entre os veículos da mesma empresa. Em vez de buscar uma estratégia para autopromoção dos seus produtos, rádio, televisão e web parecem meios segregados na EBC. A conclusão é de que as diretrizes de programação do canal não levam em consideração o potencial de ações multiplataforma para fomentar o interesse do público pelo que é colocado na tela.

Em relação a essa questão de sinergia dos veículos da EBC, vale destacar a diferença entre a grade de programação da TV Brasil e da TV Brasil Internacional. Afinal, a origem do nome da TV Brasil, segundo Bucci (2008) vem do projeto do canal que tinha como meta distribuir notícias sobre o Brasil para outros países, sobretudo da América Latina e África.

A lista de programas é mantida quase que em sua totalidade. Os programas que não vão ao ar pela TV Brasil Internacional são, em especial, os programas infantis e infanto-juvenis oriundos de outros países, já que a estatal só detém os direitos para veiculação dentro do Brasil. No lugar deles, são transmitidas revistas eletrônicas ou programas de análise, quase sempre alguns desses programas já fizeram parte da programação da TV Brasil, como o *Comentário Geral*.

#### 4.2 Faixas de programação

O posicionamento de um programa em uma grade é, segundo Mittel (2004), uma das maneiras de situar o telespectador diante da oferta televisiva. Por isso, um programa não é apenas uma unidade isolada, mas é resultado da estratégia adotada por cada canal e, também, reflexo de outros programas que ocupam a grade daquele veículo.

No estudo sobre a TV Brasil, a análise da implementação da primeira grade e as alterações no regime de fluxo, como demonstrado anteriormente, permitem inferir que o canal oferece programas com base na divisão em blocos. O canal da EBC optou, como descrito, por um estado de fluxo ligado à paleotelevisão. Ou seja, uma organização por blocos ou faixas, marcado por divisões precisas para o telespectador.

Nesse regime de fluxo, programas com finalidade e público-alvo semelhante, ainda que sejam de formatos variados, formam as faixas de programação. Um exemplo é a programação infantil. Destinada às crianças, ela é formada por desenhos, séries, programas com jogos ou histórias.

Nos documentos da TV Brasil, tais como guia de programação na internet, *Relatórios de Gestão* e planilhas de controle das grades, a divisão dos programas conforme a composição por faixas foi feita da seguinte maneira no período 2013-2014:

Tabela 10. Distribuição de programa por faixa, conforme classificação da TV Brasil

Nome da Faixa	Programas
Informação	<i>Bom para Todos, Brazilianas.org, Caminhos da Reportagem, DOC Especial, DOC TV, Espaço Público, ES Rural, Expedições, Liberdade Religiosa, Marca Paraná, Notícias do Campo, Nova</i>

	<i>África, Nova Amazônia, Observatório da Imprensa, Opção Saúde, O que eu vou fazer da minha vida?, Os Caminhos da Democracia, Papo de Mãe, Reencontro, Repórter Brasil, Rio Grande Rural, Sem Censura, Ser Saudável, Tal como Somos, Tela Rural, Terra Sul, Ver TV, Visual, Vitrine do Campo.</i>
Esporte	<i>+ Ação, No Mundo da Bola, Stadium</i>
Arte	<i>Alto Falante, Animania, Arte do Artista, Artesãos da Cultura, Baiana, A TV que se Faz no Mundo, Ciclos de Cinema, Cine Nacional, Colheitas do Futuro, Corto Maltese, Cultura Ponto a Ponto, Curta os Curtas, Curta TV, Dance Academy, Descalço sobre a Terra Vermelha, Dias que Abalam o Mundo, Estamos Juntos, Estúdio 24, Expedições Burle Marx, Festival Mazzaropi, Mama África, Matriarcas da Savana, Nosso Veneno Cotidiano, O Brasil de Darcy Ribeiro, Os Rios e a Vida, Partituras, Samba na Gamboa, São Jorge Cavaleiro das Tradições, Sintonia Fina, Som na Rural, Soy Loco por Ti Cinema, Titanic, Viola, Minha Viola, Visceral Brasil – As Veias Abertas da Música, Windeck – Todos os Tons de Angola.</i>
Conhecimento	<i>Ártico com Bruce Parry, Bom dia Arqueologia, Brasil Adentro, Camarote 21, Conhecendo Museus, Consciência Negra, Cozinha Amazônia, Mais Direitos Mais Humanos, Direitos Humanos, Diverso, Entre o Céu e a Terra, Especiais TV Brasil, Estúdio Móvel, Etnodoc, Futurando, Média Nacional, Mestres e Grios, Nação, O Brasil tem Disso, Os Pequenos Crimes de Agatha Cristhie, Paratodos, Programa Especial, Provocações, Retratos de Fé, Sábados Azuis, Salto para o Futuro, Sementes, Sr. Brasil, Telecurso, Tecendo o Saber, TV é Ciência, Via Legal.</i>
Infantil	<i>ABZ do Zivaldo, Anabel, Batatinhas, Cocoricó na Cidade, Dango Balango, Detetives do Prédio Azul, Escola para Cachorro, Historietas Assombradas, Igarapé Mágico, Invasão Plancton, Janela, Janelinha, Jarau, Julie e os Fantasmas, Karku, Lala, Meu Amigãozão, O Pequeno Einstein, Os Cupins, O Teco Teco, Pandorga, Peixonauta, Pergunte à Lara, Pingu, Sarah e o Pato, Senha Verde, Teatro das Fábulas, Thomas e seus Amigos, Tromba Trem, Zica e o Camaleões.</i>

FONTE: TV BRASIL, 2014

A divisão, dessa forma, leva em consideração o posicionamento de cada programa na grade, a finalidade em comum das emissões, a distribuição de recursos para contratação de obras e produção e as temáticas abordadas. Por isso, a distribuição dos programas, conforme as faixas, revela parte do pensamento da área de programação da TV Brasil. Isso está caracterizado pela definição dos próprios nomes das faixas. Relembrando o conceito de Jost (2007), nos dispositivos genéricos, há duas promessas. A primeira advém do nome e o que ele indica. Ao intitular a faixa de “arte”, o canal situa que não é apenas endereçar qualquer tipo de

entretenimento ao público, mas comunicar algo que está ligado aos variados conceitos e funções que o termo “arte” pode expressar.

Na programação da TV Brasil, esta definição é estabelecida pela presença de produtos como o *Partituras*, *Curta TV*, *Cine Nacional*, *Ciclo de Cinema*, mas também com o *Alto Falante*, *Samba na Gamboa* e *Windeck* no mesmo critério de equivalência – todos presentes na faixa de arte.

A segunda promessa é a pragmática. Segundo Jost, trata-se da possibilidade do gênero influenciar a crença dos telespectadores em direção a promover o produto. Tendo a novela *Windeck*, como exemplo, essa promessa se faz presente na estratégia adotada pela emissora para promover aproximação entre o português falado no Brasil e em Angola, na defesa pela veiculação de uma telenovela com *casting* formado por negros e na condição de mostrar uma nova África para os brasileiros. Ou seja, a arte não está expressa somente nos programas de música clássica ou nos filmes. Ela se encontra nos produtos que trabalham as diversas matizes culturais: o *Viola*, *Minha Viola* com a arte e cultura caipira; no *Alto Falante* com as músicas pop e rock; na apresentação do modo de vida das comunidades tribais no *Mama África*, por exemplo.

Trabalhar a questão da arte, cultura e educação na televisão, principalmente em um veículo público não é simples. Wolton (1996, p.186) diz que existem defensores de uma programação eminentemente cultural como a forma mais prestigiosa de fazer televisão. O teórico diz que, para alguns, seria uma maneira de “reparar a injustiça criada pelo triunfo da lógica capitalista no domínio do audiovisual”. Segundo ele, o estabelecimento de uma política de programação cultural tende a se transformar em emissões ligadas, em sua maioria, a programas da cultura erudita que podem constituir uma espécie de barreira. O público não se sente apto para consumir esse produto por considerá-lo voltado para uma elite. Seria um aspecto dissuasivo para assistir ao canal. De acordo com Wolton, ao ter uma política de programação desta natureza, a sociedade fica livre para que seus canais comerciais cumpram qualquer função. É como se a exigência do educativo e cultural fosse empurrada para um único lugar e deixa-se o espaço livre para os profissionais do setor privado fazer o que desejam.

A tríade educação, cultura e informação levou, segundo Fernandez (2002), diversos canais públicos a estabelecerem um processo de “higienização” nos formatos de produção, ao considerar que a única forma de atender essa diretriz é por meio da oferta de programas didáticos ou de concertos. Porém, como lembra Fernandez, o conteúdo que se proponha como educativo e cultural precisa estar associado com a criação de formatos que possam gerar

expectativas de afetos e proximidade com a audiência. Dessa forma, desenhos, séries para adolescentes, musicais, sessões de documentário, como os praticados pela TV Brasil, tem o potencial de oferecer conteúdo educativo, cultural e informativo sem que o público se sinta tutelado.

Assim, a programação da TV Brasil não incorpora o discurso elitista como único em sua grade. Pelo contrário, o que pode ser observado é a tentativa de atender a um espectro amplo de interesses da audiência. Por exemplo, do mesmo jeito que há programas que destacam a música brasileira, como o *Samba na Gamboa e o Viola, Minha Viola*, a TV também exhibe um programa destinado à música erudita, *A Grande Música e o Partituras*.

Essa medida é o que defende Martin-Barbero para a programação cultural na televisão. Segundo ele, a cultura tem de ser um projeto que atravessa um conteúdo exclusivo e alcança todos os gêneros e horários. Mesmo que haja um ou mais programas para lidar com o conteúdo educativo, por exemplo, o canal pode ter produtos múltiplos capazes de, a partir da sua escrita audiovisual, atender a lógica do conteúdo educativo, cultural, informativo e artístico.

É este o endereçamento feito pela TV Brasil, a partir da promessa pragmática. Ela diz ao público que a arte está presente na grade do canal. Porém, diferente das matrizes de programação existentes que consideram apenas a cultura erudita, a emissora da EBC comunica à audiência que na programação é possível ver as diversas formas de manifestações artísticas e culturais e, ainda, se entreter assistindo. É a superação da visão estreita e limitada que desconsidera o entretenimento como algo relevante para os veículos públicos e que tenta dourar a programação com o discurso elitista.

Exemplo de um discurso em defesa da programação elitista está no livro *O Estado de Narciso*. Eugênio Bucci (2015, pp.118-119) elenca as “cinco bandeiras estéticas” da televisão pública. O ordenamento delas começa com a lógica de que “quando uma televisão pública afirma que oferece entretenimento, pronuncia uma agressão selvagem contra à própria vocação”. O texto segue esta linha de que a televisão pública deve “desmontar os cenários inebriantes da indústria do entretenimento”, o núcleo do entretenimento é o “fetiche da mercadoria” e sugere que o fator diferenciação se estabelece ao “oferecer uma programação de bom gosto, acessível, crítica e envolvente”.

Novamente sobre a TV Brasil, assim como a faixa de arte, a faixa de conhecimento não é restritiva. Ela indica programas de tele-educação, como o *Telecurso* e o *Tecendo o Saber*, mas também aqueles que pertencem a outros regimes simbólicos, como o *Conhecendo Museus* e o *Programa Especial*, por exemplo.

No âmbito da televisão, a difusão de conteúdo educativo foi encarada como uma maneira de dar uma finalidade nobre para o meio. Havia um receio de que a condição da televisão emitir imagens poderia provocar danos ainda maiores do que o rádio, caso fosse objeto exclusivamente de uso governamental, político e econômico. “Todo mundo tinha em mente, na época, a utilização que fizeram no rádio os fascistas, os 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” (WOLTON, 1996, pp.25-26).

A TV Brasil possui em sua grade emissões que se destinam ao ensino e aprendizagem. Ele é apresentado diariamente na faixa de horário da madrugada, de 4h às 6h. Em relação à caracterização dos programas, esse tipo de conteúdo exclusivo que forma, treina e promove o ensino e aprendizagem carrega em si os fundamentos que envolvem o ensino a distância (EAD). O EAD consiste fundamentalmente na aproximação entre alunos e professores que ocupam locais diferentes durante todo ou parte do tempo de um curso. Como ocupam espaços diferentes, eles dependem de algum tipo de tecnologia para transmitir informações e lhes proporcionar uma forma de interagir (MOORE, KEARSLEY, 2010).

Ao lado desses programas estão emissões em que o ato de conhecer significa também conhecer o outro e seu modo de vida e cultura. É o que se pode ver no *Programa Especial, Sábados Azuis, Etnodoc*, por exemplo.

Quanto à faixa infantil, ela foi objeto de análise da Universidade Federal do Ceará, no período de 2010 e 2011, a partir de uma encomenda feita pelo conselho curador da EBC. Os programas investigados foram *A Turma do Pererê, Cocoricó, Um Menino Muito Maluquinho, TV Piá, Catalendas, Dango Balango, Janela, Janelinha, ABZ do Zivaldo, Castelo Rá-Tim-Bum, Curta Criança, Vila Sésamo, Pequeno Vampiro, Cidade do Futuro, Esquadrão sobre rodas, Connie, a Vaquinha, Os pezinhos Mágicos de Franny, Louie, Mecanimais, Thomas, A Princesa Sherazade, As Aventuras de Bill Tampinha e sua melhor amiga Corky, Barney e seus amigos e Os Heróis da Praia*<sup>61</sup>.

Entre os critérios que orientaram a pesquisa está a análise geral dos programas, que considerou aspectos como formato, faixa-etária e procedência. Em relação ao que o trabalho classificou como aspectos gerais da linguagem do audiovisual, foram verificados composição da vinheta, personagem, cenografia, figurino, forma narrativa e ritmo. Por fim, para delimitar qualidade do conteúdo, foram avaliados elementos como apresentação de modelos de

---

<sup>61</sup> O período de veiculação do conteúdo verificado foi de 18/10/2010 a 24/10/2010, 08/11/2010 a 14/11/2010, 06/12/2010 a 12/12/2010, 24/01/2011 a 30/11/2011.

condutas construtivos, estímulo à interatividade, promoção da cidadania e promoção da cultura nacional.

A constatação é de que os “programas exibidos, regra geral, estão em sintonia com os princípios e os objetivos da emissora de desenvolver a consciência crítica do cidadão, mediante programação educativa, artística, cultural, informativa, científica e promotora de cidadania” (CAVALCANTE; SAMPAIO, 2012, p.59)..

Apesar desse apontamento, na obra *Qualidade na Programação Infantil na TV Brasil* (2012), originária do trabalho solicitado pelo conselho, é feita uma série de críticas à gestão da grade da TV Brasil. Uma delas diz respeito à tendência da TV Brasil periodicamente promover a verticalização da programação.

Tendo em vista que o ato de assistir televisão está fortemente associado à constituição do hábito de acompanhar a programação em determinados horários, esta disposição tende a dificultar a constituição do interesse permanente do público visto que uma criança que pode gostar de assistir a um programa como ‘Esquadrão sobre Rodas’ (seis até dez anos), pode considerar tolo um programa como ‘Thomas’ (dois a quatro) e desenvolver a tendência a não manter uma relação de fidelidade com a emissora (CAVALCANTE; SAMPAIO, 2012, p.63).

Outro empecilho é a repetição de episódios. Para Cavalcante e Sampaio, “a frequência dessa repetição pode ter um efeito indesejado de afastar esse mesmo público da emissora. À medida que a relação de assistência à TV está associada a um hábito” (Ibidem, p.80). A recomendação é ampliar o número de programas novos e rever a presença na grade de programas com poucos episódios.

As autoras dizem que a emissora deixa a desejar na proteção e promoção da cultura nacional, ao centralizar a veiculação de conteúdo oriundo, em sua maioria, de outros países, e quando nacionais são, em especial, da região Sudeste. Por isso, Sampaio e Cavalcante fazem uma série de sugestões para a TV Brasil, como rever a predominância de programas internacionais na grade de programação; realizar uma cartografia das obras audiovisuais produzidas em outras regiões, além da Europa, Estados Unidos e Canadá; assegurar a presença de produtos audiovisuais para crianças de diversas regiões do Brasil, não apenas oriundos da região Sudeste; rever a política de divulgação da programação junto ao público. Elas também sugerem o investimento próprio da TV Brasil na elaboração de editais para fomentar a produção infantil no Brasil e permitir a distribuição desses recursos fora do eixo Rio de Janeiro-São Paulo.

Sampaio e Cavalcante sugerem que, devido à prevalência da produção internacional, a TV Brasil promova editais para estimular a produção de desenhos que resgatam aspectos

históricos da formação da sociedade brasileira. Os produtos devem ser capazes de trazer narrativas representativas da realidade nacional.

A pesquisa destaca, ainda, a incipiente extensão de conteúdo infantil para a internet. Segundo a análise, apenas dois programas convidam o público a acessar suas respectivas páginas *on line*, para encontrar outros vídeos, jogos e brincadeiras mencionados durante os episódios. Para as autoras do estudo, com a efervescência das redes sociais e dos dispositivos móveis, a TV Brasil perde a oportunidade de se aproximar do público e manter o seu interesse quando a televisão estiver desligada.

Em geral, as ações multiplataforma são limitadas. Quando questionados, por exemplo, sobre projetos nessa linha, os responsáveis pelas diretorias geral e de jornalismo responderam que a emissora disponibiliza conteúdo via *streaming* – como se a ação transmídia se limitasse a postar conteúdo no Youtube ou, ainda, fazer chamadas da programação no Facebook.

As outras faixas padecem do mesmo problema. No caso das faixas informativa e esportiva, a relação com o ambiente digital acontece por comentários do telespectador enviados para alguns programas, como o *Repórter Brasil* e o *No Mundo da Bola*.

As faixas informativa e esportiva também foram analisadas a pedido do conselho curador. A atividade foi desenvolvida por pesquisadores da Universidade Federal de Juiz de Fora. No trabalho intitulado *Avaliação do Telejornalismo da TV Brasil (2010-2011)*, o grupo de pesquisadores liderados pela professora Iluska Coutinho fez um levantamento nos programas *Jornal Visual* e *Repórter Brasil*, observando basicamente os temas das pautas, as principais fontes entrevistadas para as reportagens, forma de abordagem do governo, formatos jornalísticos utilizados dentro de cada programa (*stand up*, nota coberta, nota ao vivo, entrevista, comentário) e distribuição geográfica das reportagens.

Posteriormente, na publicação *A Informação na TV Pública (2013)*, o mesmo grupo estendeu a análise para os programas *Caminhos da Reportagem*, *Papo de Mãe*, *Stadium*, *No Mundo da Bola*, *Paratodos*, *Brasilianas.org*, *O Público na TV*, *Rede Jovem de Cidadania* e *Observatório da Imprensa*. De modo geral, a análise está circunscrita aos mesmos parâmetros elencados na pesquisa para o conselho curador da EBC<sup>62</sup>.

Situando aqui como referência o que foi analisado sobre o *Repórter Brasil*, principal telejornal da casa – e também a primeira criação da TV Brasil ao entrar no ar em 2007 -, Coutinho (2013, pp.49-50) descreve o jornal como realizador de uma cobertura política com

---

<sup>62</sup> Fora da faixa informativa, a mesma publicação trata também do *Estúdio Móvel*. O livro também tem um capítulo dedicado ao *Jornal da Cultura*, da TV Cultura, de São Paulo.

ausência de profundidade. Segundo ela, há uma concentração de pauta na agenda governamental, em sua maioria, com viés político. “O número muito reduzido de matérias com edição e/ou angulação negativa em relação ao governo, que pelo texto de repórteres, seleção de fontes ou ainda de seus depoimentos, aproxima o telejornal de uma cobertura que poderia ser entendida como governista”.

O resultado da pesquisa mostra que a TV Brasil carece de autonomia editorial. Isso ratifica uma parcela considerável das críticas que atribui a criação e a existência da emissora a uma estratégia política do PT. Nesse aspecto, a emissora perde seu caráter de pública ao converter-se, no horário do telejornal, em um instrumento para fazer oposição ao que é veiculado na imprensa e se alinhar ao discurso governamental. Seria uma espécie de jornalismo caolho que enxerga apenas o que lhe convém.

No capítulo intitulado *Diálogos no Repórter Brasil*, Allana Meirelles e Roberta Braga (2013) afirmam que uma das formas de participação direta do público, além das entrevistas nas reportagens, é por meio do envio de mensagens via redes sociais e que são exibidas nas passagens de bloco do telejornal.

Como jornalismo participativo, ou seja, produções realizadas pela sociedade e apresentadas na televisão, o *Repórter Brasil* tem o quadro *Outro Olhar*. Trata-se da replicação de modelos existentes em outros veículos, como *Você Repórter* (Record) e *Você no SP TV* (Globo), em que o telespectador tem a possibilidade de compartilhar um vídeo que tenha produzido. A diferença básica do conteúdo da TV Brasil é porque as produções, em geral, são mais longas do que aquelas exibidas nos canais privados. Enquanto Globo e Record dedicam cerca de 30 segundos por vídeo, o *Outro Olhar* destina até dois minutos. Na página da emissora na internet, há o convite para o envio de material por entidades da sociedade civil, como associações, coletivos e sindicatos.

Apesar de interessante a medida, ela ainda está restrita a esse telejornal. Se forem observados outros programas da grade, o convite à participação via web ou outros dispositivos é limitado. Na maior parte das publicações nas páginas da emissora, na internet e nas redes sociais, os textos se ocupam apenas em mostrar trechos do que já foi ao ar ou informar a programação de filmes ou entrevistados que estarão no *Sem Censura*, *Arte do Artista* e no *Espaço Público*.

No período entre o segundo semestre de 2014 e o primeiro semestre de 2015, o programa da TV Brasil com maior presença na web, segundo a EBC, é o *Espaço Público*. Já foram entrevistadas personalidades da música, como Hermeto Pascoal, e da fotografia, como Sebastião Salgado. Atribui-se a esse último o vídeo da emissora mais compartilhado no

*Facebook*. Foram cerca de 60 mil compartilhamentos<sup>63</sup> de um trecho da entrevista em que o fotógrafo mineiro conta como fez para registrar a imagem de uma tartaruga para a exposição *Gêneses*.

A análise cromática e a observação das características das faixas de programação permitem constatar que a TV Brasil é marcada por uma multiplicidade de gêneros em sua grade. A emissora não está presa a um único regime simbólico nem mesmo a uma temática. Sua necessidade de ter uma programação educativa, cultural, informativa e científica – como estipulado na sua carta de criação – convive com o desejo de entreter as crianças com as animações e os jovens com as séries e programas musicais de fim de tarde. O canal da EBC ainda procura atender a alguns anseios da Carta de Brasília, como é o caso do espaço concedido na grade para veiculação de produções cinematográficas nacionais.

A análise cromática mostra que a manutenção da grade da TVE deixou uma moldura para a TV Brasil. A estrutura das grades obedece aos seguintes parâmetros: conteúdo educativo durante o final da madrugada, infantil durante a manhã e tarde, *programas de análise* e telejornal no horário nobre. À noite, após as 22h, há a alternância entre filmes, programas de análise, de reportagem, musicais e documentários. Aos finais de semana, a ordem é educativo, religioso, revistas eletrônicas, telejornal, sendo à noite reservada para documentários e filmes. Aos sábados e domingos, ocorre uma inversão na comparação com o conteúdo veiculado durante a semana. O infantil que predomina de segunda a sexta torna-se secundário. Trata-se de uma medida, no mínimo, estranha se considerarmos a maior disponibilidade do público infantil justamente no final de semana.

Em relação às temáticas, a historicização das grades e a observação do modo de agrupamento das faixas evidenciam o interesse da TV Brasil em ter uma programação que possa ser identificada com as minorias, como é o caso dos programas sobre direitos humanos e o próprio modo como a telenovela foi apresentada ao telespectador.

O que incomoda e deixa a desejar na emissora são as constantes alterações de alguns parâmetros da grade, como é o caso do alinhamento dos programas em um plano horizontal e, posteriormente, vertical. Isso mostra que, apesar de ter um departamento específico para cuidar da programação e, também, contar com um conselho curador, uma ouvidoria e um comitê para analisar, criticar e deliberar sobre a programação, as decisões sobre a forma de composição da grade é marcada, ao longo do tempo, por impropriedades.

---

<sup>63</sup> Número verificado em 15 de março de 2015.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A TV Brasil não é a emissora ideal, é a possível. O modo de organização político-institucional da emissora é resultado do lobby realizado pelos atores que participaram do projeto nas suas diversas instâncias. A presença do Ministério da Cultura, Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República (Secom), Ministério das Comunicações e das entidades da sociedade civil estabeleceu na fundação do canal o desejo de experimentar, a obrigação de fomentar o audiovisual nacional e a prerrogativa de ter uma programação educativa, cultural e informativa. Por outro lado, o próprio processo deliberativo, de conflito de forças e interesses, impediu condições de funcionamento mais favoráveis. É o que ocorre com a forma de financiamento. A limitação de apenas receber verbas públicas é um obstáculo para a sobrevivência da própria emissora. Juntam-se a esse fato a lógica da audiência não ser finalidade, como está descrito na lei 11.652/2008, e os processos de compra e contratação que seguem os ritos do serviço público.

O projeto político se reflete na programação da TV Brasil desde os primeiros momentos. Em entrevista a esta pesquisa, o diretor geral da EBC disse que em 2009 foi colocada no ar a primeira grade da TV Brasil (CASTRO, 2014). Em termos de grade de programação, efetivamente a primeira é aquela que foi operada em 2007, mesmo que oriunda da TVE. A análise da programação mostra que o que aconteceu foi uma decisão política em mantê-la e, aos poucos, foi feita uma adequação dos processos de produção e contratação de conteúdo da empresa até a sua transformação paulatina.

A TV Brasil foi ao ar em dezembro de 2007 sem uma diretriz concreta de fluxo, porque ela funcionou como peça do lobby político para que a MP 398 fosse convertida em lei. Talvez, por isso, sua programação tenha adquirido, ao longo do tempo, caráter de teste. Reformas constantes da grade foram feitas no período 2007-2011. Apenas a partir de 2012, é possível notar certa manutenção das decisões programáticas. Mudanças ao longo do tempo são parte de um processo aguardado. Mas, no caso da TV Brasil, como já demonstrado, medidas que foram tomadas em um período foram completamente reformuladas em outro. O que indica um padrão de grade descontínuo e desprovido de sequência decisória.

Tal cenário leva a questionar o real alcance das áreas ligadas à programação dentro da emissora. A TV Brasil dispõe de uma diretoria exclusivamente para lidar com a formatação da grade. No entanto, as decisões não podem ser exclusivas daquele setor. O conselho curador, a ouvidoria e o comitê de programação são instâncias que, dentro das suas especificidades, devem contribuir com a programação que é ofertada ao público. A impressão é que,

particularmente, nos primeiros anos de existência, as decisões sobre a grade TV Brasil ainda estavam circunscritas a um espaço decisório distante dos ambientes deliberativos da EBC, como o conselho.

A dificuldade da TV Brasil para apurar resultados imediatos junto à audiência pode ser um dos motivos para dificultar o alinhamento dos programas. O sistema de verificação é centralizado em grandes metrópoles brasileiras, particularmente nas regiões Sul e Sudeste. Para o canal, interessa alcançar não só os telespectadores de São Paulo e Rio de Janeiro, mas sobretudo das regiões que estão mais distantes dos eixos econômico e político do país.

Para a TV Brasil, a estratégia para alcançar o público foi ter grades capazes de lidar com todos os tipos de telespectadores. Formulou um pensamento diferente daquele que muitas vezes é praticado na América Latina, onde a televisão pública tende a ser apenas um braço governamental, veiculando aulas ou programas de debate. O canal da EBC tem sintagmas escritos nos diversos regimes simbólicos. São programas musicais, filmes, telejornais, revistas eletrônicas e desenhos animados. A predileção por um tipo de público pode haver em um horário específico, como o período da manhã que é voltado para crianças. No entanto, a grade é, por sua natureza, generalista.

Uma questão inevitável é: até que ponto a grade da TV Brasil é diferente quando comparada à dos canais privados? Em termos de fluxo, existem traços semelhantes que mostram uma ordenação da televisão aberta no Brasil. Os telejornais<sup>64</sup>, por exemplo, ficam situados no horário do almoço e no horário nobre, programas para adolescentes no final de tarde, séries e filmes localizadas em especial durante à noite. Aos finais de semana, os programas religiosos ocupam a manhã. Sobre as temáticas, há uma semelhança na preferência por revistas eletrônicas voltadas para o público feminino ao falar sobre saúde e bem-estar.

Existem, porém, diferenças fundamentais que tornam a grade da TV Brasil diferente das que são praticadas pela Globo, SBT, Band e Record. O canal da EBC tem programas que, dentro da lógica do campo privado, não são contemplados. A música clássica do *Partituras*, as sessões de filmes dos mais variados gêneros e países de origem e os desenhos animados que foram praticamente abandonados pelos veículos comerciais são alguns exemplos.

Os incisos II e III, do artigo 3º, da lei 11.652, condicionou a TV Brasil a ter programas ligados aos direitos humanos e minorias sociais. Em todas as grades, são encontradas emissões destinadas a abordar questões raciais, étnicas e de gênero. A maneira como essas

---

<sup>64</sup> Trecho se refere à grade da TV Brasil de dezembro de 2014.

temáticas aparecem é diversa. Pode ser em uma série ficcional, em um documentário ou em uma revista eletrônica.

A telenovela *Windeck*, por exemplo, foi exibida com envolvimento de aspectos relacionados aos direitos humanos. A justificativa da emissora é que ela iria permitir ao público conhecer uma África moderna e com um caráter inédito, por ter um elenco, em sua maioria, negro. Essas características foram destacadas em chamadas na televisão, entrevistas e *releases*. Ou seja, mesmo sendo uma telenovela, que poderia ser apresentada a partir dos aspectos da história e das emoções que o folhetim televisivo promete, a TV Brasil preferiu ressaltar o caráter social ao veicular uma novela africana. Pode-se dizer, então, que o eixo educação, informação e cultura, comumente ordenador da programação em veículos públicos, teve o acréscimo de um item na TV Brasil: direitos humanos.

O interessante, nesse caso, é perceber que a TV Brasil não se fixa em um gênero como basilar da sua programação. Ela procura atender os valores de educação, informação, cultura e direitos humanos a partir de uma cartilha ampla de programas. Isso é importante porque para alguns teóricos, como Bucci (2015), a televisão pública não pode incorporar o entretenimento em sua grade. Nesse sentido, ter programas populares significaria exibir unicamente conteúdo de caráter formativo, capaz de educar os telespectadores. A TV Brasil não adota esse discurso. Ela contempla uma diversidade de gêneros e temáticas. Há horário para o *Telecurso*, mas também para as séries infanto-juvenis, para os programas de análise, para o esporte e para os *musicais*. Cada um dando uma contribuição para as diretrizes estabelecidas pela legislação que rege a emissora.

Apesar desses aspectos, a TV Brasil ainda precisa caminhar, e muito, principalmente no que se refere ao relacionamento com o público. Ao verificarmos a grade e os programas, poucas foram as iniciativas de interatividade encontradas. Nas entrevistas com os dirigentes do canal, ficou claro que projetos multiplataforma são confundidos com o simples ato de disponibilizar conteúdo via *streaming*. Não há por parte da EBC também uma estratégia para fidelização de fãs. Os *sites* dos programas são estáticos e, quando muito, padecem de atualização frequente. Não existe um projeto transmídia para a TV Brasil.

Tal circunstância mostra quanto as discussões na TV Brasil acontecem de maneira tardia. Enquanto os veículos comerciais já solidificam a cada dia projetos transmídia, a emissora da EBC sequer iniciou ações nesse sentido. No momento em que há um investimento das empresas de mídia em transmissões ao vivo, a TV Brasil ainda está atada ao conteúdo gravado. O modelo fechado da gestão da programação tem efeito no próprio fluxo de programas. A TV Brasil pratica o modelo da paleotelevisão, com uma organização de

grade em que os programas são organizados em bloco por gêneros ou temáticas comuns. Em relação ao desafio de captar e segurar a audiência, a paleotelevisão é deficitária, porque, quando o bloco de assunto encerra, a tendência do telespectador é desligar o aparelho ou mudar de canal. Na neotelevisão, a presença dos programas do tipo *omnibus* e o convite constante à participação do público têm maior potencial em manter vivo o interesse da audiência.

Para a TV Brasil, é preciso sair de dentro da caixa e ocupar outros espaços. Programas como o *Samba na Gamboa*, os telejornais, o *ABZ Ziraldo*, o *Janela, Janelinha*, por exemplo, podem e devem ter meios de se aproximar dos telespectadores. A EBC tem que saber utilizar seus próprios recursos para tornar seus veículos mais fortes. A estatal tem um dos maiores sistemas de rádio da América Latina, com a Rádio Nacional do Rio de Janeiro, um dos veículos mais tradicionais do país; a MEC AM, antiga Rádio Sociedade e primeira emissora radiofônica do país; a MEC FM, conhecida por ser a principal veiculadora de música clássica no país; a Rádio Nacional de Brasília, emissora da frequência AM foi criada durante a construção da capital federal; a Rádio Nacional da Amazônia, um dos veículos de alcance mais abrangente das comunidades amazônicas; e a Nacional do Alto Solimões, localizada na fronteira entre Brasil, Colômbia e Peru.

No entanto, raramente os veículos dialogam entre si. Iniciativas em comum são incipientes. Os radiojornais poderiam convidar o público a acompanhar reportagens especiais do *Caminhos da Reportagem*; as transmissões esportivas da Nacional poderiam ter chamadas de programas de caráter popular da televisão, como o *Alto Falante*; programas voltados para a dona de casa poderiam destacar as revistas eletrônicas da TV Brasil. Porém, para a EBC, é como se cada veículo fosse diferente. Cada emissora é um feudo que só eventualmente fala com o seu vizinho.

A Rede Nacional de Comunicação Pública, formada pelos parceiros/afiliadas da TV Brasil, precisa ser repensada. No início do projeto da TV Brasil, Orlando Senna sonhava com um sistema com mil parceiros integrados. As deficiências estruturais são tão grandes que poucas são aquelas que têm meios para enviar conteúdo para os telejornais da cabeça de rede. Mas essa é apenas uma parte do problema. O modo de relacionamento entre os integrantes e potenciais integrantes da rede não é um dos melhores. Foi o que ocorreu no episódio envolvendo a veiculação do telejornal *Repórter Brasil* pela Rede Minas. Superar essa visão somente acontecerá em um trabalho diário capaz de comprovar dia após dia que a TV Brasil não é uma extensão política da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da

República. E a oportunidade de fazê-lo pertence ao jornalismo, na cobertura de grandes temas como manifestações contra o governo e casos de corrupção.

A ordenação do fluxo da TV Brasil também tem impropriedades. Na comparação entre a grade de 2007 e a de 2014, podem ser listadas as seguintes: a descontinuidade ou apresentação em menor volume dos programas infantis aos sábados, justamente em um dia em que há maior disponibilidade desse público; a existência de uma faixa religiosa em uma emissora que tem um discurso de autonomia e diversidade; a condição do *Telecurso* como programa educativo de maior presença dentro da grade, uma vez que ele já foi veiculado durante anos na Globo e não há edições novas, apenas reprises de programas antigos; e a falta de mais programas do eixo de entretenimento aos sábados.

Relacionando o projeto da TV Brasil e as expectativas em torno de um veículo público, pode-se dizer que a identidade da TV Brasil atualmente perpassa três campos. O primeiro é o desejo de realizar sua vocação pública de informar e entreter o maior número de pessoas a partir de parâmetros previamente estabelecidos nos documentos que regem seu padrão de conduta. Esse aspecto é visualizado na grade da TV Brasil quando a emissora decide fazer um movimento contrário ao que ocorre nos veículos comerciais abertos.

O segundo consiste na desconfiança sobre sua atuação, que é resultado do vínculo com a Secom. Tal circunstância é detectada na maneira como a imprensa se refere de forma pejorativa à emissora, atribuindo-lhe apelidos como a “TV Lula” ou a “TV Dilma”. Ao lançar luz sobre essas questões, os jornais deixam de tratar da programação e acabam por impor um tipo de leitura à audiência sobre o que é o canal. Como lembra Jost (2007), a identidade de uma emissora de TV aparece a partir do conteúdo que está na tela e, também, naquilo nos modos de leitura do público e da imprensa.

Por último, estão as expectativas frustradas, que são fruto das dificuldades orçamentárias, técnicas e institucionais que impedem a programação de alcançar maior qualidade e um contingente maior de pessoas. A autonomia da televisão pública deve ser administrativa e, ainda, na possibilidade de produção de conteúdo, de liberdade criativa e estética. Se a emissora ainda tem percalços na distribuição do sinal em regiões importantes do Brasil<sup>65</sup>, que é algo tão básico, pensar e realizar conteúdos inovadores pode tornar-se difícil.

Algumas características detectadas na grade, ao longo do percurso investigado, podem contribuir no aprimoramento dessa identidade. A análise cromática permitiu observar que a TV Brasil é um veículo marcado pela multiplicidade de gêneros em sua grade e que tem, ao

---

<sup>65</sup> Um exemplo foi relatado no capítulo 3 deste trabalho, sobre o fato que ocorreu entre janeiro e julho de 2014, quando uma região da baixada fluminense ficou sem sinal.

mesmo tempo, uma forte segmentação baseada por idade, principalmente de segunda a sexta. Graças aos valores e fundamentos que regem o canal, o pai que assiste à TV Brasil sabe que pode deixar o filho acompanhar um desenho sem correr o risco de se deparar com cenas de violência ou propaganda indevida de algum produto. Aqueles que têm interesse em programas sobre cinema, música e artes têm na programação emissões dedicadas a essas finalidades. Para a dona de casa, principal alvo da maior parte das emissoras de televisão, há revistas eletrônicas e telejornais.

Para a TV Brasil, não basta ser uma emissora. A TV Brasil precisa encontrar uma justificativa para sua existência. Basear-se apenas como uma emissora com programação complementar ao sistema privado não é suficiente. Da mesma forma que a BBC tornou-se referência em cultura para o povo britânico, a TV Brasil tem que criar junto ao público uma identificação própria.

Diante do cenário exposto, pode-se dizer que o perfil programático da TV Brasil é formado por quatro pontos. (1) Programação complementar: como a TV Brasil veicula tipos de programas que não existem nos veículos privados, ela cumpre um papel de complementaridade à programação ofertada pelas emissoras comerciais. (2) Programação de teste: trata-se das decisões que são feitas, reformuladas ou colocadas em prática de forma tardia. O impacto é no estabelecimento do hábito do telespectador acompanhar o canal. Torna-se difícil fazer com que a TV Brasil seja incorporada à rotina doméstica, como trata Jost (2004), e à cotidianidade familiar, como descreve Martin-Barbero (2009), se as mudanças na ordem do fluxo acontecem continuamente. (3) Programação para minorias sociais: preocupação da emissora em apresentar sua programação como vinculada aos direitos humanos, sociais e das minorias. (4) Programação de caráter público: significa que a emissora procura cumprir as recomendações e convenções internacionais sobre radiodifusão pública, como descrita pela Unesco.

As análises do projeto e da programação mostram que a TV Brasil realiza um esforço para atender à legislação que lhe deu origem, como ter uma “programação com finalidades educativas, artísticas, culturais, científicas e informativas” (BRASIL, 2008). A identidade do canal, porém, convive com os desafios de natureza política, que vão da burocracia ao relacionamento com suas parceiras. A relação com a Secom sempre gera dúvidas, se a emissora é realmente pública ou estatal. A participação de múltiplos atores no processo de sua criação resultou em um universo de expectativas sobre sua finalidade, que nem sempre são atendidas, como as dos produtores audiovisuais que esperavam mais recursos para o setor. Caso não consiga superar estes desafios, a TV Brasil terá dificuldades para ampliar sua

audiência e reverter a visão daqueles que a consideram como “aquela TV do governo” ou “a TV traço que ninguém vê”.

## REFERÊNCIAS

### Fontes primárias:

ABEPEC. **Conheça a Abepec.** Disponível em: <<http://www.abepec.com.br/site/quem/detalhe.asp?c=4>>. Acesso em: 15 Jan. 2015.

ADLER, Alberto. 2014. Entrevista concedida ao autor. Brasília, 10 Jul 2014

AIC. **Rede jovem de cidadania.** 2009. Disponível em: <<http://aic.org.br/acoes/rede-jovem-de-cidadania/>>. Acesso em: 15 Jan. 2015.

ANCINE. **Informe de acompanhamento do mercado:** TV aberta. Rio de Janeiro, 2013. 55p.

BEIRÃO, Nereide. 2014. Entrevista concedida ao autor. Brasília, 10 Jul 2014.

BRASIL. Decreto-lei nº 236, de 28 de Fevereiro de 1967. Complementa e modifica a Lei número 4.117 de 27 de agosto de 1962. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 28 Fev. 1967.

BRASIL. Lei nº 6.301, de 15 de Dezembro de 1975. Institui política de exploração de serviço de radiodifusão de emissoras oficiais, autoriza o Poder Executivo a constituir a Empresa Brasileira de Radiodifusão - Radiobrás. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 16 Dez. 1975.

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil:** promulgada em 5 de Out. de 1988.

BRASIL. Decreto-lei nº 5.820, de 29 de Junho de 2006. Dispõe sobre a implantação do SBTVD-T, estabelece diretrizes para a transição do sistema de transmissão analógica para o sistema de transmissão digital do serviço de radiodifusão de sons e imagens e do serviço de retransmissão de televisão. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 30 Jun. 2006.

BRASIL. Medida Provisória nº 398, de 10 de Outubro de 2007. Institui os princípios e objetivos dos serviços de radiodifusão pública explorados pelo Poder Executivo ou outorgados a entidades de sua administração indireta, autoriza o Poder Executivo a constituir a Empresa Brasil de Comunicação – EBC. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 11 Out. 2007.

BRASIL. Mensagem nº 171, de 7 de Abril de 2008. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 8 Abr 2008.

BRASIL. Lei nº 11.652, de 7 de abril de 2008. Institui os princípios e objetivos dos serviços de radiodifusão pública explorados pelo Poder Executivo ou outorgados a entidades de sua administração indireta; autoriza o Poder Executivo a constituir a Empresa Brasil de Comunicação – EBC. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 8 Abr 2008.

CASTRO, Eduardo. 2014. Entrevista concedida ao autor, Brasília, 10 Jul 2014.

CONSELHO CURADOR. Conselheiros. Disponível em: <<http://www.conselhocurador.ebc.com.br/conselheiros>>. Acesso em: 15 Jan. 2015.

CONSELHO CURADOR. **Ata da 24ª reunião do conselho curador da Empresa Brasil de Comunicação**. Brasília, 7 Dez. 2014.

CONSELHO CURADOR. **Ata da 51ª reunião do conselho curador da Empresa Brasil de Comunicação**. Brasília, 18 Ago. 2014.

CONSELHO CURADOR. **Ata da 52ª reunião do conselho curador da Empresa Brasil de Comunicação**. Brasília, 15 Out. 2014.

COUTINHO, Iluska et al. **Avaliação do Telejornalismo da TV Brasil (2010-2011)**. Relatório. Juiz de Fora, 2011. 66p.

CRUVINEL, Tereza. Nota da diretora-presidente da EBC, Tereza Cruvinel, sobre o término de seu mandato, no dia 31/10. **Portal EBC**. Brasília, 31 Out. 2011. Disponível em: <http://www.ebc.com.br/sobre-a-ebc/sala-de-imprensa/2011/10/nota-da-diretora-presidente-da-ebc-tereza-cruvinel-sobre-o> Acesso em: 15 Jan. 2015.

EBC. **Relatório de gestão**. Relatório. Brasília, 2008.

EBC. **Relatório de gestão**. Relatório. Brasília, 2009.

EBC. **Relatório de gestão**. Relatório. Brasília, 2010.

EBC. **Relatório de gestão**. Relatório. Brasília, 2011.

EBC. **Relatório de gestão**. Relatório. Brasília, 2012.

EBC. **TV Brasil comemora 5 anos**. [Brasília, 2012b]. Folder.

EBC. **Regimento interno da EBC**. Brasília, 10 Jan 2012c.

EBC. **Relatório de gestão**. Relatório. Brasília, 2013.

EBC. **Relatório de gestão**. Relatório. Brasília, 2014.

EBC. Banco de projetos. 2014. Disponível em: <<http://www.ebc.com.br/bancodeprojetos/resultados-2013-2014>>. Acesso em: 15 Jan. 2015.

I FÓRUM Nacional de TVs Públicas. **Carta de Brasília**: manifesto pela TV pública independente e democrática. Brasília, Ministério da Cultura, 2007. 5p.

I FÓRUM Nacional de TVs Públicas. **Caderno de debates**: diagnóstico do campo público de televisão. Brasília, Ministério da Cultura, 2006. p.1-21.

GIL, Gilberto. Discurso de Gilberto Gil na solenidade de posse como ministro da Cultura. **Ministério da Cultura**, Brasília, 02 Jan 2003. Disponível em:

<<http://www.cultura.gov.br/noticias/discursos/index.php?p=671&more=1&c=1&pb=1>>. Acesso em: 15 Jan 2015.

OUVIDORIA. **Relatório da Ouvidoria da EBC – abril, 2014**. Brasília, 2014. 62p.  
RADIOBRÁS. **Manual de Jornalismo da Radiobrás**. Brasília: Radiobrás, 2006.

SAMPAIO, Ines Vitorino et. al. **Relatório final do projeto de monitoramento da programação infantil da EBC**. Relatório. Fortaleza, 2011, p.255.

SAV. **Secretaria do Audiovisual**. Disponível em: <<http://www.cultura.gov.br/secretaria-do-audiovisual-sav>> Acesso em: 15 Jan 2015.

SENNÁ, Orlando. **Carta**. 2008. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2008/06/413423-orlando-senna-diz-ter-deixado-tv-brasil-por-discordar-da-gestao-leia-nota.shtml>>. Acesso em: 15 Jan. 2015.

TV BRASIL. **Programação**. 2014. Disponível em: <<http://tvbrasil.ebc.com.br/programacao>>. Acesso em: 30 Jan 2015.

#### Fontes secundárias:

ALTMAN, Rick. Que se suele entender por género cinematográfico?. In: \_\_\_\_\_. **Los géneros cinematográficos**. Buenos Aires, México: Paidós, 2000, p. 33-78.

ARAÚJO, Carlos Alberto. A pesquisa norte americana. In: HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz Carlos; FRANÇA, Vera Veiga. **Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências**. Petrópolis: Vozes, 2001.

ARONCHI, Jose Carlos. **Gêneros e formatos na televisão brasileira**. São Paulo: Summus Editorial, 2004.

ATHIÊ, Joyce. Por uma TV pública de fato. **O tempo**, Belo Horizonte, 26 Abr. 2015. Disponível em: <<http://www.otempo.com.br/divers%C3%A3o/magazine/por-uma-tv-p%C3%BAblica-de-fato-1.1029629>>. Acesso em: 20 Mai. 2015.

BARBEIRO, Heródoto; LIMA, Paulo Rodolfo de. **Manual de radiojornalismo**. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

BELTRAN, German Rey. O cenário móvel da televisão pública: alguns elementos do contexto. In: RINCON, Omar. **Televisão pública: do consumidor ao cidadão**. São Paulo: SSRG, 2002.

BERRY-FLINT, Sarah. Genre. In: MILLER, Toby; STAM, Robert (eds.). **A companion to film theory**. Oxford, UK: Blackwell Publishing, 1999, pp. 25-44.

BORELLI, Silvia Helena Simões. Gêneros ficcionais: materialidade, cotidiano, imaginário. In: SOUSA, Mauro Wilton. **Sujeito: o lado oculto do receptor**. São Paulo: Brasiliense, 1995.

BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. **Uma história social da mídia: de Gutemberg à internet**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editores, 2004.

BUCCI, Eugênio. Caso Radiobrás: o compromisso com a verdade no jornalismo de uma empresa pública. In: DUARTE, Jorge. **Comunicação pública: mercado, sociedade e interesse público**. São Paulo: Atlas, 2007.

BUCCI, Eugênio. **Em Brasília, 19 horas: a Guerra entre a Chapa-Branca e o Direito à Informação no Primeiro Governo Lula**. Rio de Janeiro: Record, 2008.

BUCCI, Eugênio. É possível fazer televisão pública no Brasil? **Novos Estudos CEBRAP**, Vol. 88, p. 5-18, 2010.

BUCCI, Eugênio. TV Brasil: pública, estatal ou governamental. **O Estado de S. Paulo**, São Paulo, 22 Set. 2011. Disponível em: <<http://opinioao.estadao.com.br/noticias/geral,tv-brasil-publica-estatal-ou-governamental-imp-,775858>>. Acesso em: 15 Jan. 2015.

BUCCI, Eugênio. Sobre a independência das emissoras públicas no Brasil. In: **Revista Eptic online**. Vol. 15, n.2, p.121-136, Mai-Ago., 2013.

BUCCI, Eugênio. **O estado de Narciso: a comunicação pública a serviço da vaidade particular**. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

CARVALHO, Juliana Marques. **Televisão pública no Brasil: um estudo de caso da TV Brasil e as características de um sistema público de comunicação**. 2013. 195f. Dissertação de Mestrado – Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Bauru, 2013.

CASTRO, Maria Lilia Dias. Do gênero ao formato promocional televisual. DUARTE, Elizabeth Bastos; CASTRO, Maria Lilia Dias (org.). **Comunicação audiovisual: gêneros e formatos**. Porto Alegre: Sulina, 2007.

CAVALCANTE, Andréa Pinheiro Paiva; SAMPAIO, Inês Sílvia Vitorino. **Qualidade na programação infantil na TV Brasil**. Florianópolis: Insular, 2012.

COUTINHO, Iluska. Repórter Brasil: informação pública em dois tempos. In: \_\_\_\_\_, **A informação na TV pública**. Florianópolis: Insular, 2013.

DINES, Alberto. Toda mídia é pública. In: CARMONA, Beth et al. (orgs.). **O desafio da TV pública: uma reflexão sobre sustentabilidade e qualidade**. Rio de Janeiro, TVE Rede Brasil, 2003.

DOMINGOS, João. Tereza Cruvinel atribui saída à “disputa de poder”. **O Estado de S. Paulo**, São Paulo, 31 Out. 2011. Disponível em: <<http://politica.estadao.com.br/noticias/geral,tereza-cruvinel-atribui-saida-da-ebc-a-disputa-de-poder,792992>>. Acesso em: 15 Jan. 2015.

DUARTE, Elizabeth Bastos. Telejornais: incidências do tempo sobre o tom In: DUARTE, Elizabeth Bastos; CASTRO, Maria Lilia Dias. **Comunicação audiovisual: gêneros e formatos**. Porto Alegre: Sulina, 2007.

DUARTE, Jorge. **Comunicação pública: estado, mercado, sociedade e interesse público**. São Paulo: Atlas, 2007.

EBC. Nelson Breve assume presidência e chama sociedade a participar de novo ciclo de construção da EBC. **Portal EBC**, Brasília, 28 Mai 2012. Disponível em: <<http://www.ebc.com.br/sobre-a-ebc/sala-de-imprensa/2011/12/nelson-breve-assume-presidencia-e-chama-sociedade-a-participar>> Acesso em: 15 Jan. 2015.

FERNANDES, Marina Rossato. **Ancinav: análise de uma proposta**. 2014. 220f. Dissertação de Mestrado – Programa de Pós-Graduação em Imagem e Som, Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 2014.

FERNANDEZ, Valério Fuenzalida. Por uma televisão pública na América Latina. In: RINCON, Omar. **Televisão pública: do consumidor ao cidadão**. São Paulo: SSRG, 2002.

FOLHA de S. Paulo. Governar por decreto. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 1 Jan. 2006. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/opiniaofz0101200602.htm>> Acesso em: 15 Jan. 2015.

CIFUENTES, Diego Portales. Televisão pública na América Latina: crises e oportunidades. In: RINCON, Omar. **Televisão pública: do consumidor ao cidadão**. São Paulo: SSRG, 2002.

FREIRE, Rafael de Luna. **Carnaval, mistério e gangsters: o filme policial no Brasil (1915-1951)**. Tese de Doutorado – UFF, Niterói, 2011.

FREIRE FILHO, João (org.) **A TV em transição: tendências de programação no Brasil e no mundo**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

GARZON, Maria Patrícia Téllez. **Observatório e ouvidorias: experiências de crítica midiática e cidadania na América Latina**. Tese de Doutorado – UFRGS, Porto Alegre, 2011.

HOINEFF, Nelson. Da TV Lula à TV Dilma. **O Globo**, Rio de Janeiro, 6 Dez 2014. Disponível em: <<http://noblat.oglobo.globo.com/geral/noticia/2014/12/da-tv-lula-tv-dilma.html>>. Acesso em: 15 Jan 2015.

IBELLI, Luana Fernanda. **Demandas profissionais na produção de conteúdo para televisão digital: um estudo de caso da TV Brasil**. 2013. 119f. Dissertação de Mestrado – Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Bauru, 2013.

IBOPE. **Conceitos e critérios da pesquisa de mídia**. Disponível: <[http://www.ibope.com.br/pt-br/relacionamento/imprensa/Documents/cartilha\\_de\\_midia.pdf](http://www.ibope.com.br/pt-br/relacionamento/imprensa/Documents/cartilha_de_midia.pdf)> Acesso em: 15 Jan. 2015.

JARDIM, Lauro. A TV que ninguém vê. **Veja**, São Paulo, 11 Dez 2010. Disponível em: <http://veja.abril.com.br/blog/radar-on-line/tag/tv-lula/>> Acesso em: 15 Jan 2015.

JOST, François. **Seis lições sobre televisão**: Porto Alegre: Sulina, 2004.

JOST, François. **Compreender a televisão**. Porto Alegre: Sulina, 2007.

JOST, François. Lógicas da tele-realidade. In: DUARTE, Elizabeth Bastos; CASTRO, Maria Lília Dias (org.). **Comunicação audiovisual: gêneros e formatos**. Porto Alegre: Sulina, 2007.

JOST, François. **Do que as séries americanas são sintomas?** Porto Alegre: Sulina, 2012.

KIELING, Alexandre S. A performance como referente nos gêneros televisuais. In: Encontro da Compós, 2011, Porto Alegre.

LEAL FILHO, Laurindo. **A melhor TV do mundo: o modelo britânico de televisão**. São Paulo: Summus, 1997.

LEAL FILHO, Laurindo. **A TV sob controle: a resposta da sociedade ao poder da televisão**. São Paulo: Summus Editorial, 2006.

LIMA, Venício. Estado laico vs. proselitismo religioso. **Observatório da Imprensa**, 17 Ago. 2010. Disponível em: <<http://observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/estado-laico-vs-proselitismo-religioso/>> Acesso: 15 Jan. 2015.

LOPES, Inovete da Silva. EBC: os avanços e os desafios depois de meia década. In: **Revista Eptic online**. Vol. 15, n.2, p.6-11, maio-agosto, 2013.

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

MALTCHIK, Roberto; DAMÉ, Luiza. Tereza Cruvinel deixa EBC e diz que foi vítima de um processo de desqualificação pelo Conselho Curador. **O Globo**, Rio de Janeiro, 31 Out. 2011. Disponível em: < <http://oglobo.globo.com/politica/tereza-cruvinel-deixa-ebc-diz-que-foi-vitima-de-um-processo-de-desqualificacao-pelo-conselho-curador-3078934>>. Acesso em: 15 Jan. 2015.

MARQUES DE MELO, José; ASSIS, Francisco. **Gêneros jornalísticos no Brasil**. São Bernardo: Umesp, 2010.

MARTIN-BARBERO, Jesus. **Dos meios às mediações**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2009.

MARTIN-BARBERO, Jesus. Televisão pública, televisão cultural: entre a renovação e a invenção. In: RINCON, Omar. **Televisão pública: do consumidor ao cidadão**. São Paulo: SSRG, 2002.

MATTOS, Sérgio. **História da televisão brasileira: uma visão econômica, social e política**. Petrópolis: Vozes, 2010.

MAZZIOTTI, Nora. Narrativa: os gêneros televisivos na televisão pública. In: RINCON, Omar. **Televisão pública: do consumidor ao cidadão**. São Paulo: SSRG, 2002.

MEIRELLES, Allan; BRAGA, Roberta. Diálogos no Repórter Brasil. In: COUTINHO, Iluska. **A informação na TV pública**. Florianópolis: Insular, 2013.

MENDEL, Toby. **Serviço público de radiodifusão: um estudo de direito comparado**. Brasília: Unesco, 2011.

MIOLA, Edna. **Sistema deliberativo e tensões entre interesses públicos e privados: a criação da Empresa Brasil de Comunicação em debate no Congresso e na Imprensa.** 2012. 294f. Tese de Doutorado – Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2012.

MITTEL, Jason. A cultural approach to television genre theory. **Cinema Journal.** SCMS, .40, n. 3, 2001.

MITTEL, Jason. **Genre and television: from cop shows to cartoons in American Culture.** New York: Routledge, 2004.

MOORE, Michael; KEARSLEY, Greg. **Educação a distância: uma visão integrada.** São Paulo: Cengage Learning, 2010.

MOREIRA, João Flávio. **Os Telecursos da rede Globo: a mídia televisiva no sistema de educação a distância (1978-1998).** 2005. 179f. Dissertação de Mestrado – Programa de Pós-Graduação em História, Universidade de Brasília, Brasília, 2006.

ODIN, Roger. Da paleo à neotelevisão: abordagem semiopragmática. In: **Ciberlegenda.** n.27, pp.8-15, 2012.

OROZCO GOMEZ, Guillermo. Audiências: mediações e televisão pública. In: RINCON, Omar. **Televisão pública: do consumidor ao cidadão.** São Paulo: SSRG, 2002.

OTONDO, Teresa Monteiro. **Televisão pública: para quem e para quê?** São Paulo: Annablume, 2012.

PFROMM NETO, Samuel. **Telas que ensinam: Mídia e aprendizagem do cinema ao computador.** Campinas: Alínea, 2001.

PORTAL dos jornalistas. **Nelson Breve.** 2012. Disponível em: <<http://www.portaldosjornalistas.com.br/jornalista/nelson-breve>>. Acesso em: 15 Jan. 2015.

PORTAL dos jornalistas. **Tereza Cruvinel.** 2012b. Disponível em: <<http://www.portaldosjornalistas.com.br/jornalista/tereza-cruvinel>>. Acesso em: 15 Jan. 2015.

PORTAL IMPRENSA. **Funcionários da EBC mantém greve após uma semana de paralisação.** 14 Nov. 2013. Disponível em: <<http://www.portalimprensa.com.br/noticias/brasil/62306/funcionarios+da+ebc+mantem+greve+apos+uma+semana+de+paralisacao>>. Acesso em 15 Jan. 2015.

PORTAL IMPRENSA. **Funcionários da EBC fazem paralisação por aprovação de novo Plano de Carreiras.** 8 Dez. 2014. Disponível em: <[http://www.portalimprensa.com.br/noticias/ultimas\\_noticias/69788/funcionarios+da+ebc+faz+em+paralisacao+por+aprovacao+de+novo+plano+de+carreiras](http://www.portalimprensa.com.br/noticias/ultimas_noticias/69788/funcionarios+da+ebc+faz+em+paralisacao+por+aprovacao+de+novo+plano+de+carreiras)>. Acesso em: 15 Jan. 2015.

RIBEIRO, Ana Paula Goulart; ROXO, Marco; SACRAMENTO, Igor. **História da televisão no Brasil.** São Paulo: Contexto, 2010.

RINCON, Omar. A televisão o mais importante, do menos importante. In: \_\_\_\_\_.

**Televisão pública: do consumidor ao cidadão.** São Paulo: SSRG, 2002.

ROCHA, Liana. A história da TV Cultura em quatro fases: de 1969 a 2006. In: I Encontro de História da Mídia da Região Norte. 2010. Palmas. **Anais eletrônicos.** Palmas: UFTO, 2010.

ROCHA, Renata. TV pública e políticas culturais no Brasil: trajetória, interseções e desafios. In: **Políticas Culturais em Revista.** Vol.5, n.2, pp.1-20, 2012.

ROCHA, Renata. O ministério da Cultura e a construção da TV Brasil: processos políticos, atores e mobilizações. In: **Revista Eptic online.** Vol. 15, n.2, p.87-101, maio-agosto, 2013.

SENADO. **Direção e conselho da EBC têm propostas diferentes para limitar conteúdo religioso.** Brasília, 29 Set. 2011. Disponível em: <<http://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2011/09/29/direcao-e-conselho-da-ebc-tem-propostas-diferentes-para-tratar-conteudo-religioso>>. Acesso em: 15 Jan. 2015.

SENNA, Orlando. Entrevista com Orlando Senna. [mai. 2009] Entrevistadores: Alexandre Barbalho, Anita Simis, Albino Rubim, Humberto Cunha e Taiane Fernandes. **Políticas Culturais em Revista.** Brasil, n.º 1, vol. 2, p.157-176, 2009. Disponível em: <<http://www.portalseer.ufba.br/index.php/pculturais/article/view/3741/3638>>. Acesso em: 15 Jan. 2015.

SERPA, Paulo Ernesto Saraiva Serpa. A pauta do jornalismo nas TVs oficiais. **Observatório da Imprensa,** 17 Fev. 2004. Disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/diretorio-academico/a-pauta-do-jornalismo-nas-tvs-oficiais/>. Acesso em: 10 Dez. 2014.

SILVA, Noêmia Felix. **A construção da imagem pública do PT.** 2005. 288f. Dissertação de Mestrado – Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, Universidade de Brasília, Brasília, 2005.

STYCER, Maurício. Com “contabilidade criativa”, TV Brasil sugere audiência maior que a real. **UOL,** São Paulo, 17 Dez 2014. Disponível em: <<http://mauriciostyker.blogosfera.uol.com.br/2014/12/17/com-contabilidade-criativa-tv-brasil-sugere-audiencia-maior-que-a-real/>>. Acesso em: 15 Jan 2015.

UNESCO. **Radiotelevision de servicio público:** um manual de mejores prácticas. San Jose: Unesco, 2006.

VALENTE, Jonas. **TV pública no Brasil:** a criação da TV Brasil e sua inserção no modo de regulação setorial da televisão brasileira. 2009. 208f. Dissertação de Mestrado –Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade de Brasília, Brasília, 2009.

WOLTON, Dominique. **Elogio do grande público:** uma teoria crítica da televisão. São Paulo: Ática, 1996.

TAL – Televisão América Latina. **TAL 10 anos.** São Paulo: Pacto das Letras, 2013.

**APÊNDICE A – Divisão de gêneros por cores**

<i>Telejornal</i>	<i>Série</i>
<i>Revista eletrônica</i>	<i>Animação</i>
<i>Reportagem</i>	<i>Telenovela</i>
<i>Documentário</i>	<i>Filme</i>
<i>Análise</i>	<i>Musical</i>
<i>Educativo</i>	<i>Jogos</i>
<i>Religioso</i>	Abertura e fechamento do dia ou impossível de ser identificado

## APÊNDICE B - Grade de programação da TVE em novembro de 2007

	SEGUNDA	TERÇA	QUARTA	QUINTA	SEXTA	SÁBADO	DOMINGO											
06:25	HINO NACIONAL BRASILEIRO							06:25										
06:30	TELECURSO 2000 - PRIMEIRO GRAU							06:30										
06:45	TELECURSO 2000 - SEGUNDO GRAU						PALAVRAS DE VIDA	06:45										
07:00	GLOBO CIÊNCIA	GLOBO ECOLOGIA	UNIVERSO PESQUISA	SAÚDE BRASIL	FILHOS	REENCONTRO		07:00										
07:15	100% BRASIL								07:15									
07:30	100% BRASIL							07:30										
08:00	REPÓRTER NACIONAL					MOBILIZAÇÃO BRASIL	A SANTA MISSA	08:00										
08:30	REPÓRTER NACIONAL					VIA LEGAL		08:30										
09:00	SALTO PARA O FUTURO					CANAL SAÚDE	MICRO MACO	09:00										
09:30	SALTO PARA O FUTURO							CATA LENDAS	09:30									
09:45	SALTO PARA O FUTURO							CURTA CRIANÇA	09:45									
10:00	CLIFFORD					CURTA CRIANÇA		10:00										
10:15	CLIFFORD					PITÁGORAS		10:15										
10:30	JAY JAY					JAY JAY		10:30										
11:00	JANELA, JANELINHA					CASTELO RA-TIM-BUM	JANELA, JANELINHA	11:00										
11:30	UM MENINO MUITO MALUQUINHO							11:30										
12:00	EXPEDIÇÕES	PROGRAMA ESPECIAL	REPÓRTER ECO	FILHOS	CÓDIGO DE BARRAS	PROGRAMA ESPECIAL	CLIFFORD	12:00										
12:25	JORNAL VISUAL							12:25										
12:30	NOTÍCIA DO RIO					GLOBO CIÊNCIA	CASTELO RA-TIM-BUM	12:30										
13:00	A TURMA DO PERERÊ					GLOBO ECOLOGIA	A TURMA DO PERERÊ	13:00										
13:30	CASTELO RÁ-TIM-BUM					REPÓRTER ECO	A ÁRVORE MÁGICA	13:30										
14:00	JAY JAY					EXPEDIÇÕES	ESPELHO BRASIL	14:00										
14:30	UM MENINO MUITO MALUQUINHO					MAR SEM FIM	DECOLA	14:30										
15:00	COCORICÓ					A GRANDE MÚSICA	STADIUM	15:00										
15:15	COCORICÓ							CURTA CRIANÇA	15:15									
15:30	COCORICÓ					CLIFFORD												
16:00	SEM CENSURA					O MUNDO DA ARTE	SEM CENSURA	16:00										
16:30						SEM CENSURA					O MUNDO DA LITERATURA	16:30						
17:00											SEM CENSURA					O MUNDO DA FOTOGRAFIA	17:00	
17:30																SEM CENSURA		
18:00	ATITUDE.COM																	
18:30						ATITUDE.COM												
19:00											SAÚDE BRASIL	PROGRAMA ESPECIAL	100% BRASIL	FILHOS	CÓDIGO DE BARRAS			
19:30											EXPEDIÇÕES	GLOBO ECOLOGIA	REPÓRTER ECO	EXPRESSO BRASIL	MAR SEM FIM		CULTURA PONTO A PONTO	19:30
20:00	RE (CORTE) CULTURAL										SUPERTUDO	CONEXÃO ROBERTO D'ÁVILA	20:00					
20:30	O MUNDO DA ARTE	O MUNDO DA LITERATURA	O MUNDO DA FOTOGRAFIA	O MUNDO DA LITERATURA	O MUNDO DA ARTE			20:30										
21:00	STADIUM	ARTE COM SÉRGIO BRITO	SUPERTUDO	COMENTÁRIO GERAL	SEXTA INDEPENDENTE	DOCTV	ESPORTVISÃO	21:00										
21:30	REVISTA DO							21:30										
22:00	EDIÇÃO NACIONAL					COMENTÁRIO GERAL		22:00										
22:30							MAR SEM FIM	22:30										
22:40								22:40										
23:00	RODA VIVA	OBSERVATÓRIO DA IMPRENSA	DOC TV	DIREITO EM DEBATE	CONEXÃO ROBERTO D'ÁVILA		DOC TV IBERO AMÉRICO	23:00										
23:30		CONVERSA AFINADA						DOC TV	23:30									
23:40		CONVERSA AFINADA								23:40								
00:00	RE (CORTE) CULTURAL							00:00										
00:10	RE (CORTE) CULTURAL					CURTA BRASIL	IMAGENS DA HISTÓRIA	00:10										
00:30	ESPAÇO PÚBLICO					A GRANDE MÚSICA		00:30										
00:40	ESPAÇO PÚBLICO							00:40										
01:30						CADERNOS DE CINEMA		01:30										
01:40	A GRANDE MÚSICA	ACERVO MPB	OBSERVATÓRIO DA IMPRENSA	DOC TV	ARTE COM SÉRGIO BRITO			01:40										
02:30	HINO NACIONAL BRASILEIRO							02:30										
02:40	HINO NACIONAL BRASILEIRO							02:40										
03:00	HINO NACIONAL BRASILEIRO							03:00										

## APÊNDICE C - Grade de programação da TV Brasil em dezembro de 2007

	SEGUNDA	TERÇA	QUARTA	QUINTA	SEXTA	SÁBADO	DOMINGO									
06:30	TELECURSO 2000 – SEGUNDO GRAU							06:30								
06:45	TELECURSO 2000 – PRIMEIRO GRAU							06:45								
07:00	GLOBO CIÊNCIA	GLOBO ECOLOGIA	UNIVERSO PESQUISA	SAÚDE BRASIL	FILHOS	TELECURSO 2000 PRIMEIRO GRAU		07:00								
07:15						REENCONTRO	PALAVRAS DE VIDA	07:15								
07:30	POR DENTRO DA TECNOLOGIA							07:30								
08:00	REPÓRTER NACIONAL					MOBILIZAÇÃO BRASIL	A SANTA MISSA	08:00								
08:15						SALTO PARA O FUTURO					VIA LEGAL		08:15			
08:30																08:30
08:45																
09:00	CURTA CRIANÇA										CANAL SAÚDE	MICRO MACRO	09:00			
09:15												09:15				
09:30											CATALENDAS	09:30				
09:45	CLIFFORD						CURTA CRIANÇA	09:45								
10:00												10:00				
10:15	JAY JAY					PITÁGORAS		10:15								
10:30												10:30				
10:45	JANELA JANELINHA							10:45								
11:00												11:00				
11:15	UM MENINO MUITO MALUQUINHO							11:15								
11:30												11:30				
11:45	EXPEDIÇÕES							11:45								
12:00												12:00				
12:15	PROGRAMA ESPECIAL	REPÓRTER ECO	FILHOS	CÓDIGO DE BARRAS		PROGRAMA ESPECIAL	PROGRAMA DE CINEMA	12:15								
12:25	JORNAL VISUAL								12:25							
12:30	NOTÍCIAS DO RIO					DOC			12:30							
12:45	A TURMA DO PERERÊ								12:45							
13:00	CASTELO RA TIM BUM							13:00								
13:15												13:15				
13:30	JAY JAY O JATINHO							13:30								
13:45												13:45				
14:00	UM MENINO MUITO MALUQUINHO					EXPEDIÇÕES	ESPELHO BRASIL	14:00								
14:15												14:15				
14:30	COCORICÓ					100% BRASIL	DECOLA	14:30								
14:45												14:45				
15:00	CURTA CRIANÇA							15:00								
15:15												15:15				
15:30	SEM CENSURA					GRANDE MÚSICA	STADIUM	15:30								
16:00												16:00				
16:15	SEM CENSURA					O MUNDO DA ARTE	SEM CENSURA ESPECIAL	16:15								
16:30											O MUNDO DA LITERATURA	16:30				
16:45										O MUNDO DA FOTOGRAFIA		16:45				
17:00										CONVERSA AFINADA COMPACTO	REVISTA BRASIL	17:00				
17:15	ATITUDE.COM							17:15								
17:30										REVISTA DO CINEMA BRASILEIRO	RE-CORTE CULTURAL COMPACTO	17:30				
18:00	SAÚDE BRASIL							18:00								
18:30												18:30				
18:45	PROGRAMA ESPECIAL							18:45								
19:00												19:00				
19:15	CULTURA PONTO A PONTO	FILHOS	CÓDIGO DE BARRAS			DOC LATINO AMERICANO	ANIMANIA	19:15								
19:30	EXPEDIÇÕES	A ORIENTE DO ORIENTE	REPÓRTER ECO	EXPRESSO BRASIL	MAR SEM FIM		CULTURA PONTO A PONTO	19:30								
19:45	O MUNDO DA ARTE							19:45								
20:00												20:00				
20:15	O MUNDO DA LITERATURA	O MUNDO DA FOTOGRAFIA	O MUNDO DA LITERATURA	O MUNDO DA LITERATURA	O MUNDO DA ARTE	DOC ÁFRICA	CONEXÃO ROBERTO DÁVILA	20:15								
20:30	RE-CORTE CULTURAL							20:30								
20:45												20:45				
21:00	REPÓRTER BRASIL					REPORTER BRASIL	ESPORTVISÃO	21:00								
21:15													21:15			
21:30										VER TV		21:30				
21:45												21:45				
22:00	REVISTA DO CINEMA BRASILEIRO	ARTE COM SÉRGIO BRITO	SUPERTUDO	COMENTÁRIO GERAL	PROGRAMA DE CINEMA			22:00								
22:30	CURTA								22:30							
22:40	RODA VIVA					DOC TV IBERO	MAR SEM FIM	22:40								
23:00												23:00				
23:15	OBSERVATÓRIO DA IMPRENSA	DIALOGO BRASIL	DIREITO EM DEBATE				DOC TV CARTEIRAS ESPECIAIS	23:15								
23:30	CONVERSA AFINADA							23:30								
23:40												23:40				
00:00	CARTA AO POVO BRASILEIRO					CURTA BRASIL	CADERNOS DE CINEMA	00:00								
00:10													00:10			
00:15	ESPAÇO PÚBLICO								00:15							
00:30													00:30			
00:40	ESPAÇO PÚBLICO							00:40								
01:00												01:00				
01:30	A GRANDE MÚSICA					CADERNOS DE CINEMA		01:30								
01:40												01:40				
02:00	ACERVO MPB	OBSERVATÓRIO DA IMPRENSA	DOC TV I	ARTE COM SÉRGIO BRITO				02:00								
02:30								02:30								
02:40												02:40				
03:00								03:00								

## APÊNDICE D - Grade de programação da TV Brasil em dezembro de 2008

	SEGUNDA	TERÇA	QUARTA	QUINTA	SEXTA	SÁBADO	DOMINGO	
06:25	Hino Nacional Brasileiro						Hino Nacional	06:25
06:30	Telecurso 2000 - Segundo grau							06:30
06:45	Telecurso 2000 - Primeiro grau							06:45
06:55	Telecurso Tecendo o Saber							06:55
07:00	Telecurso Tecendo o Saber						Palavras de Vida	07:00
07:30	Brasil Eleitor	Interesse Público	Universo Pesquisa	Saúde Brasil	Filhos	Reencontro		07:30
08:00	Repórter Brasil					Via Legal	A Santa Missa	08:00
08:30	Repórter Brasil						08:30	
08:45	Repórter Brasil						08:45	
09:00	Salto para o Futuro					Canal Saúde	Micro Macro	09:00
09:30	Salto para o Futuro						Catalendas	09:30
09:45	Lá vem animação						Curta Criança	09:45
10:00	Clifford					Curta Criança		10:00
10:30	A Turma do Pererê						10:30	
11:00	Janela, Janelinha						11:00	
11:30	Um Menino Muito Maluquinho						11:30	
12:00	Filhos	Programa Especial	Repórter Eco	Expedições	Código de Barras	Programa Especial	Programa Especial	12:00
12:25	Jornal Visual					Saúde Brasil		12:25
12:30	Notícias do Rio							12:30
13:00	A Turma do Pererê					Mundo Orgânico		13:00
13:30	Castelo Rá-Tim-Bum						13:30	
14:00	Um Menino Muito Maluquinho					Espelho Brasil		14:00
14:30	Um Menino Muito Maluquinho					100% Brasil	Decola Brasil	14:30
15:00	Lá vem animação						A Grande Música	15:00
15:15	Curta Criança					Stadium		15:15
15:30	Clifford					Sem Censura Especial	15:30	
16:00	Sem Censura						16:00	
17:00	Sem Censura					Animania	Revista Brasil	17:00
17:30	Etnodoc					Alô, Alô Brasil	17:30	
18:00	Atitude.com						Amálgama	18:00
18:30	Atitude.com						Doc África	De lá pra cá
18:45	Atitude.com							Curta
19:00	Expedições	A Oriente do Oriente	Maratona Animania	Programa Especial	Nordestinos	Ver TV	19:00	
19:30	Tal como somos	Tal como somos	Tal como somos	Tal como somos	Tal como somos		19:30	
20:00	Bossa Nova	Bossa Nova Sempre	Som na Rural	Bossa Nova Sol Nascente	Revista do Cinema	Conexão Roberto D'ávila	20:00	
20:30	Projeto Pinxiguiha						20:30	
21:00	Repórter Brasil						Esportvisão	21:00
22:00	De lá pra cá							22:00
22:40	Roda Viva	Observatório da Imprensa	3 a 1	Caminhos da Reportagem	Programa de Cinema	Bossa Nova Sempre	Especial Fernando Pessoa	22:40
23:00			Revista do Cinema	Comentário Geral		Doc TV	23:00	
23:40		Sertão Glauber	Curta	60 anos de direitos humanos	Sertão Glauber		23:40	
00:10	Sem Censura	Conversa Afinada				Programa de Cinema	00:10	
00:40		Sem Censura	Sem Censura				00:40	
01:40	A Grande Música	A Grande Música	Sem Censura				01:40	
02:10	Hino Nacional Brasileiro	Acervo MPB	Observatório da Imprensa	DOC TV II	Arte com Sérgio Brito		02:10	
02:40			02:40					
03:10	Hino Nacional Brasileiro						03:10	



## APÊNDICE F - Grade de programação da TV Brasil em dezembro de 2010

	SEGUNDA	TERÇA	QUARTA	QUINTA	SEXTA	SÁBADO	DOMINGO		
05:50	Salto Para o Futuro							05:50	
06:00	Salto Para o Futuro						Via Legal	06:00	
06:30	Salto Para o Futuro						Brasil Eleitor	06:30	
06:50	Novo Telecurso - Ensino Médio							06:50	
07:00	Novo Telecurso - Ensino Fundamental						Palavras de Vida	07:00	
07:05	Tecendo o Saber - Módulo I							07:05	
07:20	Jornal Visual						Reencontro	07:20	
07:50	Repórter Brasil						Barney e Seus Amigos	07:50	
08:00	Cocoricó						Santa Missa	08:00	
08:30	Thomas e seus amigos						Mobilização	08:30	
08:45	Connie A Vaquinha							08:45	
09:00	Thomas e seus amigos	Connie A Vaquinha	Pequeno Vampiro	Louie	Thomas e seus amigos	Mobilização	Viola Minha Viola	09:00	
09:15	Um Menino Muito Maluquinho							09:15	
09:30	A Turma do Pererê							09:30	
10:00	A Turma do Pererê							10:00	
10:15	A Turma do Pererê							10:15	
10:30	Bill Tampinha e Sua Melhor Amiga	Os Pézinhos Mágicos de Franny	Cidade do Futuro	Mecanimais	Princesa Sherazade	Cidade do Futuro	Curta Criança	10:30	
10:45	Castelo Rá Tim Bum							10:45	
11:00	Janela Janelinha							11:00	
11:30	100% Brasil						Cocoricó	11:30	
12:00	A Turma do Pererê						ABZ do Ziraldo	12:00	
12:15	Um Menino Muito Maluquinho						Curta Criança	12:15	
12:30	Catalendas							12:30	
12:45	Dango Balango							12:45	
13:00	Um Menino Muito Maluquinho							13:00	
13:30	Catalendas							13:30	
13:45	Dango Balango							13:45	
14:00	Castelo Rá Tim Bum						Cozinha Brasil	14:00	
14:30	Cocoricó						Tv Piaí	14:30	
15:00	Curta Criança						Programa Especial	15:00	
15:15	Vila Sésamo						Stadium	15:15	
15:30	Sem Censura						Saúde Brasil	15:30	
16:00	Sem Censura						Expedições	UWE	16:00
16:30	Sem Censura						Sustentáculos	16:30	
17:00	Sem Censura							17:00	
17:30	Rede Jovem de Cidadania	Média Nacional			Diverso	Copa Brasil de Futebol	Ver TV	17:30	
18:00	Estúdio Móvel						Feminino 2010	18:00	
18:30	Karkú, Uma Galera Atrevida						Cara e Coroa	18:30	
19:00	Tudo que é sólido pode derreter	SN OBS	Aborrecentes	Uma Aventura na África	FICTV	Almanaque Brasil	Papo de Mãe	19:00	
19:30	Comentário Geral		Cultura Ponto a Ponto	Programa Especial	Paratodos		19:30		
20:00	Almanaque Brasil	De Lá pra Cá	DOC. Especial	Ciência Nua e Crua	Segue o Som	Arte com Sérgio Britto	Conexão Roberto D'Avila	20:00	
20:30	Sustentáculos	Cara e Coroa	DOC. Especial	Ciência Nua e Crua	De Lá pra Cá	Revista do Cinema Brasileiro	Conexão Roberto D'Avila	20:30	
21:00	Repórter Brasil						Repórter Brasil	21:00	
21:30	Repórter Brasil						Musicograma	Esportvisão	21:30
22:00	Doc. Especial	Observatório da Imprensa	O Planeta Azul	Caminhos da Reportagem	DOCTV CPLP		Nova África	22:00	
22:30	Samba na Gamboa		DOC. Especial	DOCTV América Latina II	Programa de Cinema		22:30		
23:00	Roda Viva	Arte com Sérgio Britto	DOC. Especial	De Lá pra Cá	Programa de Cinema		00:00		
00:00	Cine Ibermedia							00:00	
00:15	Caminhos da Reportagem							00:15	
00:30	Musicograma	Mamma África	Copa Brasil de Futebol Feminino	América Latina Tal Como Somos	Curta Brasil		00:30		
01:00	Revista do Cinema	Mamma África	Copa Brasil de Futebol Feminino	América Latina Tal Como Somos	Curta Brasil		01:00		
01:15	Segue o Som						A Grande Música	01:15	
01:30	Sem Censura							01:30	
02:15	Sem censura						Sem Censura Especial	DOCTV América Latina II	02:15
03:15	Sem censura						Curta Brasil	03:15	

## APÊNDICE G - Grade de programação da TV Brasil em dezembro de 2011

	SEGUNDA	TERÇA	QUARTA	QUINTA	SEXTA	SÁBADO	DOMINGO	
05:50						ABZ do Ziraldo		05:50
06:00	Salto para o futuro					Ser saudável	Via Legal	06:00
06:20							06:20	
06:30							Brasil eleitor	06:30
06:50	Novo Telecurso Ensino Médio							06:50
07:00	Novo Telecurso Ensino Fundamental							07:00
07:05	Tecendo o Saber - Módulo I						Palavras de Vida	07:05
07:20								07:20
07:45						Reencontro		07:45
07:50	Jornal Visual							07:50
08:00	Repórter Brasil							08:00
08:30						Princesa Sherazade	A Santa Missa	08:30
08:45	Cocoricó							08:45
09:00	Barney e seus amigos	Bob, o construtor	Pequenos Robôs	Thomas e Seus Amigos	Pingu	Mobilização	Viola Minha Viola	09:00
09:30	Castelo Ra Tim Bum							09:30
10:00	Um Menino Muito Maluquinho							10:00
10:15							Curta Criança	10:15
10:30	Janela Janelinha							10:30
11:00	Bill Tampinha e sua melhor amiga	Connie a vaquinha	Os pézinhos mágicos de Franny	SOS Sônia	Pequeno Vampiro	Histórias Assim	Escola pra cachorro	11:00
11:15						CEDRIC	Meu Amigãozão	11:15
11:30	A turma do Pererê							11:30
12:00	Cultura ponto a ponto					Inami	ABZ do Ziraldo	12:00
12:30	Um Menino Muito Maluquinho						Tromba Trem	12:30
12:45							Carrapatos e Catapultas	12:45
13:00	A turma do Pererê							13:00
13:30	Catalendas							13:30
13:45	Carrapatos e Catapultas	Tromba Trem	Carrapatos e Catapultas	Tromba Trem	Carrapatos e Catapultas	Cocoricó		13:45
14:00	Dango Balango							14:00
14:30	Vila Sésamo					Cozinha Brasil	TV Piá	14:30
15:00	Escola pra cachorro	Meu Amigãozão	Escola pra cachorro	Meu Amigãozão	Escola pra cachorro	Programa especial	Stadium	15:00
15:15	Bob, o construtor							15:15
15:30						Saúde Brasil	15:30	
15:45	Curta Criança							15:45
16:00						Expedições	Amazônia	16:00
16:30	Sem censura					Alto-falante		16:30
17:00							Ver TV	17:00
17:30	Rede Jovem de Cidadania	Mais Ação	Alto-falante	Mais Ação	Diverso	Segue o som		17:30
18:00	Estúdio Móvel						De lá pra cá	18:00
18:30	Clube do Travesseiro						Cara e Coroa	18:30
19:00	Brilhante Futebol Clube	Galera do Surf	O mundo perdido	Spirou e Fantasio	Flatmania	Aglomerado	Papó de Mãe	19:00
19:30	Animania	Expedições	Comentário Geral	O Trem da Ciência	Programa Especial	Paratodos		19:30
20:00	É a vozozinha	Oncotô?	Paratodos	Animania	Almanaque Brasil	Arte com Sérgio Britto	Conexão Roberto D'Avila	20:00
20:30	Diverso	Cara e coroa	Ser Saudável	O Público na TV	De lá pra cá	Revista do Cinema Brasileiro		20:30
21:00	Repórter Brasil							21:00
21:30						Musicograma	Esportvisão	21:30
22:00	Brasilianas.org	Observatório da imprensa	3 A 1	Doc. Especial	Programa de Cinema	Sábados Azuis		22:00
22:30							Curta Tv	22:30
23:00	Roda viva	Samba na Gamboa	Os protetores do planeta	A Grande Música	Cine Ibermedia	Programa de cinema	Cine Ibermedia	23:00
23:30		Arte com Sérgio Britto	A TV que se faz no mundo	DOCTV IV				Curta TV
00:00								00:00
00:15	Musicograma	Mamma África	América Latina tal como somos					00:15
00:30								00:30
00:45	Revista do Cinema					Caminhos da reportagem	Média Nacional	00:45
01:00								01:00
01:15	É a vozozinha	Almanaque Brasil	Cara e coroa	Oncotô?	A Pequena Bahia de Dorival Caymmi			01:15
01:30							Esportvisão	01:30
01:45								01:45
02:00	Sem censura							02:00
03:00						Diverso	De lá pra cá	03:00
03:30	Stadium	Brasilianas.org	Observatório da Imprensa	Conexão Roberto D'Avila	Aglomerado	A grande música		03:30
04:30	Caminhos da reportagem							04:30
05:30	Musicograma							05:30

## APÊNDICE H - Grade de programação da TV Brasil em dezembro de 2012

	SEGUNDA	TERÇA	QUARTA	QUINTA	SEXTA	SÁBADO	DOMINGO						
04:00	Tecendo o saber - módulo I						Alto Falante	04:00					
04:30	Novo telecurso ensino médio							04:30					
04:45	Novo telecurso ensino fundamental						A grande música	04:45					
05:00	Telecurso TEC							05:00					
05:15	Novo telecurso profissionalizante							05:15					
05:30	Salto para o futuro					Samba na Gamboa	Via Legal	05:30					
06:00							Brasil Eleitor	06:00					
06:30	Caminhos da reportagem						Sustentáculos	06:30					
07:00								07:00					
07:30	Taxista empreendedor	Opção Saúde	Bom para todos	TV é ciência	Sementes	Programa	Palavras de vida	07:30					
07:45						Reencontro		07:45					
08:00	Repórter Brasil Manhã							08:00					
08:30	Jornal Visual					Taxista empreendedor	Santa missa	08:30					
08:45	Bill tampinha e sua melhor amiga							08:45					
09:00	Barney e seus amigos					Bom pra todos	Viola minha viola	09:00					
09:30	Inami						Opção saúde	09:30					
10:00	Um menino muito maluquinho					Ser saudável		10:00					
10:15							O Brasil tem disso	10:15					
10:30	Janela Janelinha					Programa		10:30					
11:00	Esquadrão sobre roda					Papo de mãe		11:00					
11:15							Senha verde	11:15					
11:20	Pequeno vampiro							11:20					
11:30	Karkú, uma galera atrevida						A turma do	11:30					
12:00	Cultura ponto a ponto					TV e Ciência	ABZ do Ziraldo	12:00					
12:30	CEDRIC					Expedições	Um menino muito	12:30					
12:45	Thomas e seus amigos						12:45						
13:00	PINGU						Alto Falante	Castelo Rá Tim	13:00				
13:30	Mama Mirabelle						TV Piá	13:30					
14:00	Dango Balango					Stadium	Anabel	14:00					
14:15												Carrapatos e catapultas	14:15
14:30												Meu	14:30
14:45	Vila Sésamo						Cocoricó na cidade	14:45					
15:00	Anabel					Mais Ação	Escola pra cachorro	15:00					
15:15	Escola pra cachorro						Tromba trem	15:15					
15:30	Cocoricó na cidade						Conhecendo museus	Senha verde	15:30				
15:45	Meu amigãozão						Curta Criança	15:45					
16:00	Sem censura					Como e por	Papo de mãe	16:00					
16:30											Diverso	16:30	
17:00											Paratodos	17:00	
17:30	Rede jovem de cidadania	Conhecendo museus	Nova Amazônia	Mais ação	Diverso	Animania	O planeta azul	17:30					
18:00	Estúdio Móvel						Samba na Gamboa	18:00					
18:30	Espaço dividido	Corto Maltese	Coisas de Alice	Garotas apaixonadas	Galera do Surf	Segue o som		18:30					
19:00	Um verão qualquer					Comentário	América Latina tal como somos	19:00					
19:30	Animania					Revista do cinema		19:30					
20:00	Brasilianas.org	Observatório da imprensa	Caminhos da democracia	De lá pra cá O Público na TV	3 A 1	Arte do artista	Conexão Roberto D'Ávila	20:00					
20:30						Oncotó?		20:30					
21:00	Repórter Brasil Noite							21:00					
21:30							Esportvisão	21:30					
22:00	Roda Viva	Samba na Gamboa	Extinções	Caminhos da reportagem	Nova África	Musicograma	Revista do cinema brasileiro	22:00					
22:30									22:30				
23:00	Arte do Artista		Caçadores da alma	A TV que se faz no mundo	Cine nacional	Ciclos de cinema	Soy loco por ti cinema	23:00					
23:30	Direções - Trago comigo							23:30					
00:00							Curta TV	00:00					
00:30	Brasilianas.org	Observatório da imprensa	Caminhos da democracia	DOCTV Latino América III	Soy loco por ti cinema	Oncotó?	Curta TV	00:30					
01:00						Comentário geral	DOCTV Latino América III	01:00					
01:30	Taxista empreendedor	De lá pra cá	Comentário geral	Diverso			01:30						
02:00	Estúdio Móvel							02:00					
02:30						Segue o som	Esportvisão	02:30					
03:00	Sem censura						DOC TV	03:00					

## APÊNDICE I - Grade de programação da TV Brasil em dezembro de 2013

	SEGUNDA	TERÇA	QUARTA	QUINTA	SEXTA	SÁBADO	DOMINGO		
04:00	TELECURSO TECENDO O SABER						TELECURSO TECENDO O SABER	04:00	
04:30	TELECURSO ENSINO MÉDIO						TELECURSO ENSINO MÉDIO	04:30	
04:45	TELECURSO ENSINO FUNDAMENTAL					A GRANDE MÚSICA	TELECURSO ENSINO FUNDAMENTAL	04:45	
05:00	TELECURSO TEC						TELECURSO TEC	05:00	
05:15	TELECURSO PROFISSIONALIZANTE						TELECURSO PROFISSIONALIZANTE	05:15	
05:30	AMÉRICA LATINA TAL COMO SOMOS	SALTO PARA O FUTURO	AMÉRICA LATINA TAL COMO SOMOS	SALTO PARA O FUTURO	AMÉRICA LATINA TAL COMO SOMOS	VIA LEGAL	AMÉRICA LATINA TAL COMO SOMOS	05:30	
06:00						BRASIL ELEITOR		06:00	
06:30	CAMINHOS DA REPORTAGEM							SUSTENTÁCULOS	06:30
07:00								07:00	
07:30	TAXISTA EMPREENDEDOR	OPÇÃO SAÚDE	BOM PARA TODOS	TV É CIÊNCIA	SEMENTES	PROGRAMA ESPECIAL	PALAVRAS DE VIDA	07:30	
07:45								07:45	
08:00	VISUAL					REENCONTRO		08:00	
08:15	COCORICÓ NA CIDADE						SANTA MISSA	08:15	
08:30	ESCOLA PRA CACHORRO					LIBERDADE RELIGIOSA		08:30	
08:45	NILBA E OS DESASTRONAUTAS							08:45	
09:00	TROMBA TREM					BOM PARA TODOS		09:00	
	A MANSÃO MALUCA DO PROFESSOR AMBRÓSIO								
	PEIXONAUTA								
	DANGO BALANGO					OPÇÃO SAÚDE	VIOLA MINHA VIOLA	09:30	
	A MANSÃO MALUCA DO PROFESSOR AMBRÓSIO								
	MEU AMIGÃOZÃO								
10:00	O TECO TECO					SER SAUDÁVEL		10:00	
10:30	ESCOLA PRA CACHORRO					PROGRAMA ESPECIAL	O BRASIL TEM DISSO	10:30	
11:00	A MANSÃO MALUCA DO PROFESSOR AMBRÓSIO						SENHA VERDE	11:00	
11:15	HISTORIETAS ASSOMBRADAS PARA CRIANÇAS MALCRIADAS						O TECO TECO	11:15	
11:30	CLUBE DO TRAVESEIRO					PAPO DE MÃE	A MANSÃO MALUCA DO PROFESSOR AMBRÓSIO PEIXONAUTA	11:30	
							NILBA E OS DESASTRONAUTAS		
12:00	REPÓRTER BRASIL					TV É CIÊNCIA	ARZ DO ZIRALDO	12:00	
12:30	COCORICÓ NA CIDADE					EXPEDIÇÕES	VILA SÉSAMO	12:30	
12:45	NILBA E OS DESASTRONAUTAS TROMBA TREM							12:45	
13:00	A MANSÃO MALUCA DO PROFESSOR AMBRÓSIO						DANGO BALANGO	13:00	
13:20	PEIXONAUTA							13:20	
	DANGO BALANGO					ALTO FALANTE	Anabel		
13:30	A MANSÃO MALUCA DO PROFESSOR AMBRÓSIO						CARRAPATOS E CATAPULTAS	13:30	
	MEU AMIGÃOZÃO								
14:00	O TECO TECO						MEU AMIGÃOZÃO	14:00	
14:15	A MANSÃO MALUCA DO PROFESSOR AMBRÓSIO					STADIUM	COCORICÓ NA CIDADE	14:15	
14:30	HISTORIETAS ASSOMBRADAS PARA CRIANÇAS MALCRIADAS						TROMBA TREM	14:30	
14:45							DANGO BALANGO	14:45	
15:00	GALERA DO SURF					+ AÇÃO	HISTORIETAS ASSOMBRADAS	15:00	
15:15							SENHA VERDE	15:15	
15:30	Animalia					CONHECENDO MUSEUS		15:30	
15:45							PAPO DE MÃE	15:45	
16:00	SEM CENSURA					PARATODOS		16:00	
16:30						AGLOMERADO	FUTURANDO	16:30	
17:00								17:00	
17:30	REDE JOVEM CIDADANIA	CONHECENDO MUSEUS	NOVA AMAZÔNIA	MAIS AÇÃO	DIVERSO	SR. BRASIL	AS MARAVILHAS DO SISTEMA SOLAR	17:30	
18:00	ESTÚDIO MOVEL							18:00	
18:15	O MUNDO PERDIDO	FLATMANIA	GAROTAS APAIXONADAS	SPIROU E FANTASIO	COISAS DE ALICE	AMÉRICA LATINA TAL COMO SOMOS	FESTIVAL MAZZAROPI	18:15	
19:00	UM VERÃO QUALQUER							19:00	
19:15	ESTAÇÃO PERIFERIA					BRASIL CLASSICO CAPIRA		19:15	
19:30								19:30	
20:00	BRASILIANAS	OBSERVATÓRIO DA IMPRENSA	3 A 1	DE LÁ PRA CÁ O PÚBLICO NA TV	VER TV	PROVOCAÇÕES	SAMBA NA GAMBOA	20:00	
20:15						IMPRESSÕES DO BRASIL		20:15	
20:30								20:30	
21:00	REPÓRTER BRASIL					REPÓRTER BRASIL		21:00	
21:30						REVISTA DO CINEMA BRASILEIRO	NO MUNDO DA BOLA	21:30	
22:00	RODA VIVA	SAMBA NA GAMBOA	SALVOS DA EXTINÇÃO	CAMINHOS DA REPORTAGEM	NOVA ÁFRICA	MEMÓRIA DO BRASIL	CONEXÃO ROBERTO D'AVILA	22:00	
22:30		ARTE DO ARTISTA	MEMÓRIA DO BRASIL	PROVOCAÇÕES				22:30	
23:00	EQUADOR					CINE NACIONAL	OS PEQUENOS CRIMES DE AGATHA CRISTIE	23:00	
23:30								23:30	
23:45								23:45	
00:00								00:00	
00:15						A TV QUE SE FAZ NO MUNDO	SOY LOCO POR TI CINEMA	00:15	
00:30								00:30	
00:45								00:45	
01:00								01:00	
01:15	BRASILIANAS	OBSERVATÓRIO DA IMPRENSA	VER TV	DOC TV LATINO AMÉRICA	SOY LOCO POR TI CINEMA	SEGUE O SOM		01:15	
01:30								01:30	
01:45							CURTA TV	01:45	
02:00	TAXISTA EMPREENDEDOR	NOVA ÁFRICA	ARTE DO ARTISTA	SÁBADOS AZUIS		CAMINHOS DA REPORTAGEM	NO MUNDO DA BOLA	02:00	
02:15								02:15	
02:30								02:30	
02:45								02:45	
03:00	SEM CENSURA					DOC TV	DOC TV	03:00	
03:45						ALTO FALANTE		03:45	

## APÊNDICE J - Grade de programação da TV Brasil em dezembro de 2014

	SEGUNDA	TERÇA	QUARTA	QUINTA	SEXTA	SABADO	DOMINGO	
04:00	TELECURSO TECENDO O SABER						TELECURSO TECENDO O SABER	04:00
04:30	TELECURSO ENSINO MÉDIO						TELECURSO ENSINO MÉDIO	04:30
04:45	TELECURSO ENSINO FUNDAMENTAL						TELECURSO ENSINO	04:45
05:00	TELECURSO TEC					PARTITURAS	TELECURSO TEC	05:00
05:15	TELECURSO PROFISSIONALIZANTE						TELECURSO PROFISSIONALIZANTE	05:15
05:30	AMÉRICA LATINA TAL COMO SOMOS	SALTO PARA O FUTURO	AMÉRICA LATINA TAL COMO SOMOS	SALTO PARA O FUTURO	AMÉRICA LATINA TAL COMO SOMOS	VIA LEGAL	AMÉRICA LATINA TAL COMO SOMOS	05:30
06:00	CAMINHOS DA REPORTAGEM	NOVA ÁFRICA	NOVA ÁFRICA	NOVA ÁFRICA	CAMINHOS DA REPORTAGEM	BRASIL ELEITOR	CAMINHOS DA REPORTAGEM	06:00
06:30	CAMINHOS DA REPORTAGEM	NOVA ÁFRICA	NOVA ÁFRICA	NOVA ÁFRICA	CAMINHOS DA REPORTAGEM	PROGRAMA ESPECIAL	CAMINHOS DA REPORTAGEM	06:30
07:00	TELA RURAL	MARCA PARANÁ	VITRINE DO CAMPO	NOTÍCIAS DO CAMPO	ES RURAL	RIO GRANDE RURAL	PALAVRAS DE VIDA	07:00
07:30	COZINHA AMAZÔNIA	OPÇÃO SAÚDE	BOM PARA TODOS	TV É CIÊNCIA	SEMENTES		PALAVRAS DE VIDA	07:30
08:00	Visual					REENCONTRO		08:00
08:15	Thomas e seus amigos							08:15
08:30	Barney					LIBERDADE RELIGIOSA	SANTA MISSA	08:30
08:45	Barney							08:45
09:00	IGARAPÉ MÁGICO					BOM PARA TODOS		09:00
09:15	ANGELINA BALLERINA							09:15
09:30	MAMMA MIRABELLI							09:30
09:30	TEATRO DAS FÁBULAS							09:30
09:30	OS CUPINS					OPÇÃO SAÚDE	VIOLA MINHA VIOLA	09:30
09:30	NILBA E OS DESASTRONAUTAS							09:30
09:30	O PEQUENO EINSTEIN							09:30
09:30	O TECO TECO							09:30
10:00	JARAU					SER SAUDÁVEL		10:00
10:15	DANGO BALANGO							10:15
10:30	HISTORIETAS ASSOMBRADAS					PROGRAMA	O BRASIL TEM DISSO	10:30
11:00	O PEQUENO EINSTEIN							11:00
11:30	JULIE E OS FANTASMAS					PAPO DE MÃE	SENHA VERDE	11:30
11:30	JULIE E OS FANTASMAS						A MANSÃO MALUCA DO PROFESSOR AMBRÓSIO PEIXONAUTA	11:30
12:00	REPÓRTER BRASIL					TV É CIÊNCIA	NILBA E OS DESASTRONAUTAS	12:00
12:30	THOMAS E SEUS AMIGOS					EXPEDIÇÕES	ABZ DO ZIRALDO	12:30
12:30	THOMAS E SEUS AMIGOS						IGARAPÉ MÁGICO	12:30
12:45	BARNEY						ANABEL	12:45
13:00	ANABEL						COCORICÓ NA CIDADE	13:00
13:20	ANABEL							13:20
13:30	IGARAPÉ MÁGICO					ALTO FALANTE	TROMBA TREM	13:30
13:30	TEATRO DAS FÁBULAS							13:30
13:30	OS CUPINS						BARNEY	13:30
13:45	O TECO TECO							13:45
14:00	O PEQUENO EINSTEIN							14:00
14:30	JARAU					STADIUM	ESCOLA PRA CACHORRO	14:30
14:45	DANGO BALANGO						O PEQUENO EINSTEIN	14:45
15:00	O PEQUENO EINSTEIN					MAIS AÇÃO	HISTORIETAS ASSOMBRADAS	15:00
15:15	CORTO E MALTESE						JANELA JANELINHA	15:15
15:30	ESTÚDIO 24					CONHECENDO MUSEUS	PAPO DE MÃE	15:30
15:45	ESTÚDIO 24					PARATÓTIOS NAÇÃO		15:45
16:00	SEM CENSURA							16:00
16:30	SEM CENSURA							16:30
17:00	SEM CENSURA					SR. BRASIL	FUTURANDO	17:00
17:30	COZINHA AMAZONIA	CONHECENDO MUSEUS	NOVA AMAZÔNIA	MAIS AÇÃO	DIVERSO		OS RIOS E A VIDA	17:30
18:00	ESTÚDIO MOVEL					ARTESÃOS DA CULTURA BAIANA 2		18:00
18:30	BRILHANTE FUTEBOL CLUBE	COISAS DE ALICE	PERGUNTE A LARA	ESPAÇO DIVIDIDO	DANCE ACADEMY	O BRASIL DE DARCY RIBEIRO	FESTIVAL MAZZAROPI	18:30
18:45	BRILHANTE FUTEBOL CLUBE	COISAS DE ALICE	ZICA OS CAMELEÕES	ESPAÇO DIVIDIDO	DANCE ACADEMY	O BRASIL DE DARCY RIBEIRO	FESTIVAL MAZZAROPI	18:45
19:00	KARKU							19:00
20:00	BRASILIANAS	OBSERVATÓRIO DA IMPRENSA	MAIS DIREITOS MAIS HUMANOS	MÉDIA NACIONAL	VER TV	CAMINHOS DA DEMOCRACIA	CURTA OS CURTAS	20:00
20:30	BRASILIANAS	OBSERVATÓRIO DA IMPRENSA	MAIS DIREITOS MAIS HUMANOS	DE VIRADA	VER TV	CAMAROTE 21	SAMBA NA GAMBOA	20:30
21:00	REPÓRTER BRASIL					REPÓRTER BRASIL		21:00
21:30	REPÓRTER BRASIL					MAIS DIREITOS MAIS HUMANOS	NO MUNDO DA BOLA	21:30
22:00	SAMBA NA GAMBOA	ESPAÇO PÚBLICO	MATRIARCAS DA SAVANA	CAMINHOS DA REPORTAGEM	NAÇÃO		NO MUNDO DA BOLA	22:00
22:30	SAMBA NA GAMBOA	ESPAÇO PÚBLICO	MATRIARCAS DA SAVANA	CAMINHOS DA REPORTAGEM	ARTE DO ARTISTA	MAMA ÁFRICA	PARTITURAS	22:30
23:00	WINDECK							23:00
23:30	WINDECK							23:30
23:45	WINDECK							23:45
00:00	DOC TV	SINFONIA FINA	BOM DIA ARQUEOLOGIA 4	PROVOCAÇÕES		OS PEQUENOS CRIMES DE AGHATA CHRISTIE	SOY LOCO POR TI CINEMA	00:00
00:15	DOC TV	SINFONIA FINA	BOM DIA ARQUEOLOGIA 4	PROVOCAÇÕES		OS PEQUENOS CRIMES DE AGHATA CHRISTIE	SOY LOCO POR TI CINEMA	00:15
00:30	ARTE DO ARTISTA	OBSERVATÓRIO DA IMPRENSA	VER TV	MAMA ÁFRICA			SOY LOCO POR TI CINEMA	00:30
00:45	ARTE DO ARTISTA	OBSERVATÓRIO DA IMPRENSA	VER TV	MAMA ÁFRICA			SOY LOCO POR TI CINEMA	00:45
01:00	ARTE DO ARTISTA	OBSERVATÓRIO DA IMPRENSA	VER TV	MAMA ÁFRICA			SOY LOCO POR TI CINEMA	01:00
01:15	BRASILIANAS	NOVA ÁFRICA	MEMÓRIA DO BRASIL	SÁBADOS AZUIS		A TV QUE SE FAZ NO MUNDO	CURTA TV	01:15
01:30	BRASILIANAS	NOVA ÁFRICA	MEMÓRIA DO BRASIL	SÁBADOS AZUIS			STADIUM	01:30
01:45	BRASILIANAS	NOVA ÁFRICA	MEMÓRIA DO BRASIL	SÁBADOS AZUIS			STADIUM	01:45
02:00	ESTUDIO MOVEL					CAMINHOS DA REPORTAGEM		02:00
02:15	ESTUDIO MOVEL							02:15
02:30	SEM CENSURA					DOC TV	DOC TV	02:30
02:45	SEM CENSURA							02:45
03:15	SEM CENSURA						ALTO FALANTE	03:15
03:30	SEM CENSURA					ALTO FALANTE		03:30