

III Encontro ULEPICC - Br

Cadeia produtiva da TV não-comercial no Brasil: uma análise comparativa entre a TV Brasil e as emissoras comunitárias, educativas e universitárias e o desafio da criação da rede pública de televisão

GT 1: Políticas de Comunicação

Autora: Joanne Mota

Instituição de Origem: Universidade Federal de Sergipe

O processo de reestruturação capitalista no final do século XX define uma nova ordem econômica, que através das indústrias culturais, adquire grande importância no processo de desenvolvimento do mercado eletrônico de comunicação. A 'Mundialização do Capital' (Chesnais, 1996), principalmente a potencialização da comunicação promovida pelos novos meios, são fatores que influenciam ainda mais esse cenário. Isso promove uma construção de novas plataformas de informação e de cultura no mercado de comunicação, o que define uma lógica e uma reorganização em sua composição. Assim, este artigo irá observar a cadeia de tv não-comercial no Brasil, e a partir do conceito de serviço público relacionar o papel das TVs educativas, comunitária e universitárias com a TV Brasil. Avaliando consonâncias e oposições na arquitetura de suas redes. Para ser[a necessário explicar as mudanças estruturais ocorridas no cenário econômico e político da TV no país, incluindo o panorama de criação da rede pública de televisão, desenhando o cenário apontando suas principais anomalias.

Palavras-chave: Televisão, políticas de comunicação e regulamentação

1. INTRODUÇÃO

O início do século XX é marcado por vários acontecimentos que delimitam o mundo tanto nos seus aspectos político-econômicos como nos seus aspectos sócio-culturais. Após as duas grandes guerras mundiais, por exemplo, o universalismo da cultura de massa se adianta frente ao projeto cosmopolita de cultura clássica. Isso para Mattelart (2005) elabora um deslocamento de uma para outra, e modifica as relações culturais, construindo um novo cenário geopolítico.

Nesta mesma época, a Escola de Frankfurt, especialmente os filósofos Theodor Adorno e Max Horkheimer, firmam o conceito de "Indústria Cultural", com a publicação do livro a 'Dialética do Esclarecimento' (1985). Os autores traçam uma fundamentada crítica à civilização ocidental e aos novos rumos que a cultura e o conhecimento, enquanto produtos de mercado começam a trilhar, especialmente, com o advento e ampliação dos meios de comunicação.

No fim dos anos 1960, a indústria cultural afeta os modos de produção e reprodução do mercado eletrônico de comunicação. Privatização, conglomeração e transnacionalização são fatores que fundamentaram o atual sistema, acarretando uma mudança nos marcos da Economia Política da Comunicação, que se refere à composição do capital e controle das empresas (BRITTOS, JAMBEIRO, SIMIS, 2007). Os mercados e as indústrias culturais expandem-se, rompendo barreiras, implementando sinergias que corroboram para fomentar a rentabilidade de suas produções e a conseqüente criação de novos mercados.

Bolaño (2000) aponta que o modelo capitalista de organização industrial, desenvolvido na primeira metade do século XX, estrutura a produção e disseminação da informação, do conhecimento e da cultura de forma desigual para os diferentes meios e articula, assim, um aparelho industrial auto-regulado, que se opõe ao conceito de serviço público e constrói um novo ambiente, no qual a mídia se desenvolve sem problemas. Com isso, ocorre o que autor aponta de fenômeno da reestruturação capitalista, acontecimento que transforma as relações econômicas e provoca o aumento inusitado das assimetrias sociais e da exclusão.

É importante lembrar que ao longo do século XX as formas de comunicação tornaram-se cada vez mais representativas, o que no dizer de Dantas (2002), independentemente do modelo político e econômico adotado, fizeram dos meios eletrônicos de comunicação instrumentos de poder e conformação ideológica. Dessa forma, aquela idéia de um meio de interação dialógica proposta por Bertold Brecht, quando da “Teoria do Rádio”, perdeu-se por uma idéia comandada pelo Capital, a qual se organiza em uma contradição quanto sua essência e aparência, quanto sua natureza quantitativa e qualitativa (BOLAÑO, 2000).

Desse modo, a lógica das indústrias culturais (tv, rádio, cinema, teles, livro, internet, sms) obedecem, desde o decênio de 1970 do século XX, a um conjunto de mudanças que demarcam todo o mercado hoje (MOTA, 2008). Com isso, ocorre uma política de transição fundamental norteada por uma política neoliberal, esta que serve de movimento criador de condições para a execução plena do capitalismo globalizado. Tem-se hoje um cenário marcado pelo aumento do número de agentes da comunicação, os quais amparados em uma política de “multiplicidade de oferta” (BRITTOS, 2004), ditam as regras de mercado e maquiagem o cenário comunicacional vigente.

É importante notar que o Estado assume, nesse processo, um papel secundário que grosso modo se refere precisamente à regulação, perdendo toda aquela característica de “guardião” beneficiador da política do *Welfare State* (BOLAÑO, 2000). Além disso, com a reestruturação capitalista e a dita globalização, o Estado-Nação assume um papel de abstração total ou mesmo parcial de muitos setores que tradicionalmente comandaram (BRITTOS, JAMBEIRO, SIMIS, 2007). Bolaño (2000) já havia ratificado que o processo produtivo capitalista apresentava uma comunicação hierarquizada e burocratizada, que lembra o sistema nervoso de uma fábrica, no qual o Estado atua de forma acanhada.

Amparado neste raciocínio é que observamos que a reestruturação capitalista e o desenvolvimento da chamada “sociedade da informação” seguem balizados pela convergência dos meios. De acordo com Herscovici (2003), essa dimensão promove integração, ao reduzir distâncias entre pessoas e aumentar o bolo da informação, em contrapartida ela também estabelece o fortalecimento de conglomerados de comunicação, estes que transformam conhecimento e informação em variáveis econômicas e de poder.

É importante salientar que antes mesmo da popularização do termo “sociedade da informação”, que aconteceu em meados da década de 80, era comum a discussão sobre as afinidades entre as linguagens da informação, da educação e do entretenimento. As características da tríade, segundo o historiador Peter Burke (2004), ora se diferenciavam ora se assemelhavam, pois enquanto tiveram períodos históricos, nos séculos XVII e XVIII, por exemplo, em que a informação era reconhecida como inteligência; a educação como instrução e o entretenimento como recreação, em outros momentos, principalmente a partir do advento de novas tecnologias, as linhas que separavam o conceito de informação e educação da noção de entretenimento tornaram-se tênues. A televisão, por exemplo, surge no Brasil na década de 50 do século XX como mecanismo de entretenimento ao público consumidor, embora as raízes históricas da regulação do setor, pré-concebida nos anos 30, quando do aparecimento do rádio, tivessem atribuído-lhe caráter educativo.

A radiodifusão nasce no Brasil quando a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, idealizada por Roquette Pinto, é colocada no ar em 20 de Abril de 1923. A emissora tinha uma programação voltada para o serviço público, ou seja, com fins informativos, culturais e educativos, e se concebia como uma invenção que atingisse todos os lares brasileiros, levando o conforto moral da ciência e da arte (SAMPAIO, 1984, p. 113). Esse modelo era semelhante ao Europeu, adotado nos anos 20, não só pela BBC rádio e depois televisão, como por vários outros países da Europa e até com uma leve proximidade com o modelo norte americano.

Em contrapartida, esse conceito de caráter público perdeu-se quando o modelo sucumbiu ao comércio com a regulamentação da publicidade em 1932. O governo de Vargas autorizou as emissoras a ocupar 10% de suas programações com anúncios, o que, na opinião do sociólogo Renato Ortiz (1988), foi uma decisão centralizadora e composta de forças sociais da época. Neste caso, essas forças sociais eram encontradas no capital privado, estas que possuíam interesses concretos no setor de radiodifusão.

Não deixa de ser sugestivo observar que a própria Radio Nacional, encampada pelo governo Vargas em 1940, praticamente funcionava nos moldes de uma empresa privada. Seus programas (música popular, rádio-teatro, programas de auditório) em nada diferem dos outros levados ao ar pelas emissoras privadas. Se é verdade que o Estado utiliza e controla a Nacional através de sua superintendência, quando se olha a porcentagem da programação dedicada aos chamados ‘programas culturais’ observa-se que eles não ultrapassam 4,5%. Por outro lado, entre 1940 e 1946, o faturamento da emissora, graças à publicidade é multiplicado por sete. Ao que tudo indica, a acomodação dos interesses privados e estatais se realiza no seio de uma mesma instituição sem que ocorra maiores problemas. (ORTIZ, 1988, p.53).

E é à sombra desse mercado que a televisão no Brasil se forma, concebida não como um bem público e estratégico para a formação da sociedade, mais sim como um empreendimento comercial¹. As regras de utilização da televisão, baseadas em concessões², sempre estiveram na esfera do direito privado. Como já foi citado no início do texto, a TV brasileira, nascida na década de 1950, desenvolveu-se de forma bastante liberada, com emissoras traçando uma programação de entretenimento, alinhada por parâmetros comerciais. Ao logo de sua história ela visou, principalmente, o mercado de consumo, tendo como objetivo principal sua sustentação empresarial e lucratividade, ao lado de uma política de competitividade que hoje opera praticamente sem limites ou obrigações no que se refere ao seu conteúdo e grade de programação (BOLAÑO, 2007).

Além disso, o pesquisador Laurindo Leal Filho (2006) lembra que este processo estabelece uma política de distribuição de outorgas ao sabor de interesses particulares, inicialmente como fonte econômica e política, e logo depois como ação ideológica. Com isso, Leal (1997) afirma que uma alternativa ao sistema de comunicação vigente, sobretudo no que se refere a sua estrutura e política, seria a criação de um sistema público sólido, que fizesse frente à lógica comercial que se instituiu ao longo de nossa história em nosso país.

No entanto, Priolli (2008) diz que antes de se pensar em um sistema público de comunicação é preciso entender e regulamentar, os conceitos de sistema público, estatal e comercial que são lidos em nossa Constituição Federal. Segundo o autor, historicamente, os termos TV Estatal e TV Educativa, por exemplo, se confundem. Dessa forma, o autor destaca ser urgente uma discussão sobre a regulamentação do Art. 223 da CF, no qual se pode ler que estes três sistemas devem funcionar de forma complementar em nosso país e com o objetivo de servir ao interesse público (PRIOLLI, 2008).

2. CADEIA PRODUTIVA DA TV NÃO-COMERCIAL NO BRASIL: QUESTÕES ESTRUTURAIS E POLÍTICAS

O final do século XX foi marcado pelo discurso predominante da Nova Ordem Mundial da Globalização Capitalista, que para Chesnais (1996) mais do que integrar países, serviu para distanciar as possibilidades de democratização da produção e difusão entre as regiões centrais e periféricas. Os ideais de livre fluxo de informação acentuaram-se em favor da política liberal e trouxeram como consequência a constituição de oligopólios das indústrias da comunicação e a consequente dependência informativa e financeira por parte das regiões menos desenvolvidas.

¹ Ver Bolaño (2004).

² A Constituição de 1988 prevê que a manutenção do prazo das concessões para TV sejam em 15 anos e para o rádio de 10 anos, ambos passíveis de renovação. Cabe ao Governo Federal a competência de regulamentar e explorar o serviço direta ou indiretamente das concessões, e cabe ao Congresso a responsabilidade conceder e renovar as mesmas (Constituição da República, 1988).

Assim, a estruturação da radiodifusão no Brasil, sobretudo da TV fica comprometida e abre espaço para a indagação de qual o objetivo da TV no Brasil e se possuímos espaço para a criação de uma TV Pública nos ideais de Roquette Pinto. Priolli (2008) diz que para além desta indagação, é fundamental entender como diferenciar nestes tempos de convergência a função de uma TV Estatal, Educativa e das ditas TVs 'Pública'³ no Brasil e se essas emissoras já instaladas em todo o país são emissoras independentes e de interesse e uso público ou são, meramente, ferramentas governamentais.

Legalmente, desde 1988, quando foi promulgada a Constituição Federal, instituiu-se que no Brasil haveria três modelos de TV – Privada, Estatal e Público - um modelo tríplice que funcionasse de maneira complementar, regra que pode ser vista no Art. 223 da Carta Magna, o que, evidentemente, implica harmonia e colaboração entre as estruturas de comunicação social. Uma vez que tais diferenças de fundamentos funcionam como ferramentas para evitar distorções arbitrárias no processo de comunicação social (PRIOLLI, 2008).

No entanto, Bolaño (2007) lembra que como este Artigo nunca foi regulamentado, a Lei segue sem esclarecer precisamente os três sistemas apontados e sem saber, muito menos, o que se entende pela complementaridade entre eles. Vale dizer, que o marco regulatório dos serviços de televisão por radiodifusão, representado basicamente pela Lei nº 4.117/62, não diferencia os conceitos e, conseqüentemente, sequer estabelece regimes jurídicos diferentes.

Segundo Priolli (2008), enquanto o modelo estatal seria aquele financiado e gerido por organismos de Estado, a TV pública seria bem mais complexa, teria financiamento tanto do Estado (recursos orçamentários) quanto do mercado (na forma de patrocínio e apoio institucional), ou ainda da própria sociedade (por intermédio de doações, mecanismos de captação direta de recursos junto aos telespectadores e fundos públicos não-geridos pelo governo. Os modelos também seriam diferentes na gestão, o modelo público, por exemplo, estaria submetido, basicamente, a um conselho de representantes da sociedade, que teria autonomia total para nortear a linha editorial e destituir dirigentes, caso não cumprissem sua política corretamente.

O Coletivo Intervozes (2009) explica que o cenário atual retrata um modelo que considera os serviços de televisão como: (i) sistema estatal (sistema de radiodifusão governamental/institucional), (ii) sistema público não-comercial (sistema de radiodifusão educativa), (iii) sistema privado não-comercial (comunitárias e universitárias), (iv) sistema privado (não-comercial) e (v) sistema privado (comercial e de exploração estritamente lucrativa). De acordo com texto publicado⁴ pela entidade em maio de 2009, esta estruturação está baseada na natureza institucional e aos modelos jurídicos dos órgãos que exploram a outorga e/ou licença atualmente no Brasil.

³ Entendemos que no Brasil ainda inexistente uma televisão pública nos moldes do conceito vigente em diversos modelos, tais como a BBC de Londres.

⁴ INTERVOZES: contribuição ao II Fórum de TVs Públicas, 2009. p. 4.

Bolaño (2007) afirma que além desta diferenciação é preciso que o mercado brasileiro de televisão seja interpretado a partir do seu marco regulatório, de forma a fomentar o princípio do pluralismo nos seus domínios quantitativos (diversidade de estruturas organizacionais comunicativas) e qualitativos (multiplicidade dos produtos audiovisuais diversos). Essa iniciativa garantirá uma oferta equilibrada dos conteúdos que comporão os setores de comunicação, e agirá em favor da diversidade das fontes de informação e da multiplicidade de conteúdos audiovisuais que pautarão a arena política de discussão da sociedade brasileira.

3. SERVIÇO PÚBLICO E EDUCAÇÃO NOS MARCOS REGULATÓRIOS DA TV

O nacionalismo marcou o início da regulação da indústria brasileira de televisão, havendo os revolucionários, já em 1930, estabelecido, em decreto, que a televisão, a qual só viria a chegar ao Brasil na década de 50, teria caráter de interesse público e como tal seria tratada como serviço público, devendo ser protegida e regulada pelo Estado, assim como o rádio. Foi então depois da Revolução de 30 que o serviço de radiodifusão recebeu atribuição educacional. O problema é que as finalidades educativas não foram delineadas e não havia nenhuma explicação de como o requisito seria avaliado (MOTA, 2008).

Segundo Jambeiro (2001) nos anos 1960, no governo Kubitscheck, a televisão adquire características de indústria, mas essa tendência se consolida no regime militar, com os subsídios diretos, o estímulo à produção nacional do aparelho, concessão de mais canais de TV e o desenvolvimento das telecomunicações. Mecanismos regulares no Estado não faltaram para estruturar nacionalmente a indústria da televisão. Ao mesmo tempo em que consideravam a radiodifusão uma atividade privada, os militares fizeram com que o Estado atingisse o seu maior nível de intervenção na sociedade e na cultura. “Os serviços de TV, que deveriam estar subordinados ao conceito de interesse público e fins educacionais e culturais, mas que sempre estiveram a serviço de interesses comerciais, começaram a ser encarados sob a ótica da Doutrina da Segurança Nacional” (JAMBEIRO, 2001, p. 77 e 78).

Em 1962 é instituído o Código Brasileiro de Televisão, marco legal que mais uma vez reafirma que os serviços da televisão brasileira devem ter caráter educacional e cultural, mesmo nos programas informativos ou de entretenimento. Encaradas como promotoras de conteúdo de interesse nacional, as emissoras de televisão têm sua permissão de funcionamento sujeita ao cancelamento caso não cumpram seus objetivos. Todavia, a regra é tímida. Cada emissora deve ceder somente cinco horas, por semana, para a inserção de programas educacionais ou culturais em sua programação, estes que são quase sempre distribuídos em horários de difícil acesso para o público (BOLAÑO, 2001).

É importante acrescentar que o uso massivo da televisão, durante o regime, servia para o controle psicossocial da população, além de conter ‘características’ autoritárias, estas

empreendidas pelo Decreto-Lei 236/67. Dessa forma, os decretos e leis promulgadas nessa época visavam beneficiar o investimento privado, alegando que a exploração comercial do serviço de radiodifusão era de interesse nacional e que deveria ser formulado um novo padrão educacional para os programas de TV, padrões estes dotados de sentimentos moral e cívico que facilitassem a manutenção da ordem pública. Com a Constituição de 1967, o governo militar exclui a radiodifusão como atividade específica para incluir a expressão “serviços de telecomunicações”. Também é criada no mesmo período, através da Lei 5.198, a TV Educativa⁵.

Em 1965, o Ministério da Educação E Cultura (MEC) solicita aos órgãos competentes providências fossem tomadas no sentido de viabilizar a adaptação dos aparelhos receptores e a licença para uso das faixas VHF e UHF. A partir disso, em 1974, o governo militar consegue expandir a televisão para as mais diferentes regiões do país. A idéia inicial era apenas criar um mecanismo de educação à distância, mas as redes comerciais de TV acabaram sendo usadas para distribuição de entretenimento e informação. Foram então reservados 100 canais para as emissoras educativas e, através de Decreto-Lei assinado em janeiro de 1967, foi instituída a TVE - Centro Brasileiro de TV Educativa, que ficaria responsável por produzir e distribuir programação.

Uma questão a ser ressaltada é que a maioria das TVs Educativas passou as últimas três décadas com grandes dificuldades financeiras, chegando a passar por cima da proibição de entrada de verba publicitária e patrocínio nesses veículos específicos.

As emissoras não comerciais terminaram o século buscando simplesmente sobreviver, porque além da falta de dinheiro, passaram a enfrentar problema mais profundo: descobrir o que devem fazer para justificar sua existência, após terem estado gastando dinheiro e acumulando tantos fracassos. Há pelo menos dois caminhos abertos, não necessariamente alternativos, para que trilhem. O primeiro seria atender as necessidades de expressão de grupos sociais, de natureza étnica, cultural, econômica, gênero, etc., uma tarefa que certamente podem cumprir muito melhor do que as emissoras comerciais. E, ao mesmo tempo, procurar fortalecer seu papel como o último bastião do localismo, refletindo e projetando a vida social, cultural e econômica do local e do estado em que operam (JAMBEIRO, 2001, p. 125 e 126).

De acordo com informações retiradas do Observatório de Direito à Comunicação, essas alternativas de desafogamento financeiro ocorreram mais intensamente no final dos anos 90, seguindo as atitudes do próprio governo brasileiro e das demais emissoras comerciais que em algum momento da história deixaram de olhar para as regras que regulam o setor.

⁵ Denominada Centro Brasileiro de TV Educativa, a nova instituição era controlada pelo Ministério da Educação e isenta de taxas federais e de importação, tendo a função de produzir, comprar e distribuir programas para transmissões educativas. Segundo Othon Jambeiro (2001), com a mudança do Código Nacional de Telecomunicações, em 1967, as TVs educativas somente poderiam ser operadas pelos governos federal, estadual e municipal, universidades e fundações de direito público.

4. TV EDUCATIVA NÃO-COMERCIAL NO BRASIL

A primeira TV educativa a entrar no ar, efetivamente, no Brasil foi a TV Universitária de Pernambuco, em 1967. A partir desta data, outras emissoras surgiram (ver Quadro 1), mas nenhuma delas possuía origens similares. Foi prevendo isso que, em 1972, o MEC criou o Programa Nacional de Teleducação (PRONTEL), que tem o objetivo de direcionar o funcionamento das atividades de teleducação em nosso país.

Em 1978, por iniciativa da Fundação Centro Brasileiro de TV Educativa (FCBTVE)⁶ e do PRONTEL, foi realizado o I Encontro Nacional de Dirigentes e Assessores de TV Educativa, que resultou na tentativa de criar um sistema nacional para o atendimento das carências educacionais, mediante uma rede educativa. Essa experiência não prosperou e só serviu para transmissão da Copa de 1978, que aconteceu na Argentina, em virtude de a TV Cultura de São Paulo deter os direitos para aquela transmissão.

Em novembro de 1979, o PRONTEL seria extinto e substituído pela Secretaria de Aplicações Tecnológicas (SEAT). Esta convoca todas as emissoras para uma assembléia que resultou na criação do Sistema Nacional de Televisão Educativa (SINTED), que só obteve respaldo legal em 1982, com a Portaria nº 162, do MEC/MINICOM. Porém, com a entrada das emissoras educativas de rádio, em 1983, o sistema passou a denominar-se Sistema Nacional de Radiodifusão Educativa (SINRED), regulamentado pela Portaria MEC nº 344. O objetivo do SINRED era o de permitir que todas as emissoras educativas veiculassem uma grade constituída com programas produzidos de forma descentralizada, conduzindo a uma forma de interação nas grades (JAMBEIRO, 2001).

Porém, ao analisar as grades de programação⁷ das emissoras públicas educativas e culturais em funcionamento no final dos anos 1990, observamos que elas acabavam reproduzindo a lógica de estrutura vertical dos conglomerados da mídia. As TVs educativas e universitárias apresentavam-se como simples repetidoras de programas gerados pela TVE, do Rio de Janeiro, e pela TV Cultura, da Fundação Padre Anchieta, de São Paulo, o que compromete a produção regional e contraria a lógica destas emissoras. É importante lembrar que mesmo com a criação da TV Brasil, no final de 2007, está lógica ainda se repete, o que demonstra a necessidade de um maior debate no que se refere à política de produção de conteúdo das emissoras filiadas a TV Brasil.

Logo abaixo o Quadro 1 apresenta dados publicados em 2007 das TVs não-comerciais filiadas à ABEPEC e que atualmente são filiadas a Empresa Brasil de Comunicação.

⁶ TVE do Rio de Janeiro.

⁷ Ver programação no site da ABEPEC: <http://www.abepec.com.br/?pg=associados&title=ASSOCIADOS>.

Quadro 1: TVs Educativas ligadas à Associação Brasileira das Emissoras Públicas Educativas Culturais (ABEPEC)⁸

Emissora	Natureza da Concessão e Vinculação	Ano de criação	Orçamento 2005	Programação Gerada pela TV Cultura e pela TVE Brasil	Alcance por Município
TVE – AL	Autarquia estadual/ ligada ao Instituto Zumbi	1984	R\$ 5.153.919,00	DE 80% a 95 % da programação	102
TV Cultura de Manaus – AM	Fundação Pública de direito público/ligada ao governo do Estado	1993	R\$ 5.300.000,00	DE 80% a 95 % da programação	5
TVE – BA	Fundação Pública de direito público/ligada ao governo do Estado	1983	R\$ 15.274.000,00	DE 80% a 95 % da programação	102
TV Ceará – CE	Fundação Pública de direito público/ligada a Secretaria da Cultura	1974	R\$ 6.999.626,39	Aproximadamente 47% da programação	194
TV Nacional – DF	Empresa de Economia mista/ vinculada ao Governo federal	1975	R\$ 105.715.739,51	Aproximadamente 47% da programação	4
TVE – ES	Autarquia estadual	1989	R\$ 7.500.000,00	DE 80% a 95 % da programação	8
TVE Maranhão - MA	ACERP** – Outorga Educativa/ geradora estadual	*	***	Aproximadamente 77% da programação	24
Rede Minas de Televisão – MG	Organização da sociedade civil de interesse público/fundação de direito público	1984	R\$ 14.673.910,44	Aproximadamente 77% da programação	760
TV Regional – MS	Fundação pública de direito privado	1987	R\$ 5.357.000,00	Aproximadamente 47% da programação	62
TV Cultura – PA	Fundação Pública ligada à Fundação de Telecomunicações do Pará - Funtelpa	1977	R\$ 13.118.315,37	Aproximadamente 77% da programação	3
TV Universitária – PE	Vínculo federal, à Universidade Federal de Pernambuco - UFPE	1968	R\$ 2.626.942,00	Aproximadamente 47% da programação	55
TVE – PR	Autarquia estadual	*	R\$ 18.078.662,00	Aproximadamente 47% da programação	280

⁸ Fundada em 1998, em São Paulo, a Abepec tem como fundamento a defesa de uma TV pública independente, que esteja a serviço do cidadão e da sociedade. Sua missão é valorizar a análise e o espírito crítico como ferramentas que conduzem ao conhecimento, além de representar os interesses da TV pública nas relações com os poderes constituídos – Legislativo, Executivo e Judiciário.

			0		
TV Palmas – TO	Fundação pública de direito privado	1997	R\$ 2.990.000,00	DE 80% a 95 % da programação	80
TV Universitária – RN	Fundação pública de direito privado	1972	R\$ 330.000,00**	DE 80% a 95 % da programação	15
TVE – RS	Fundação pública de direito privado	1974	R\$ 16.777.045,60	Aproximadamente 47% da programação	103
TV Cultura – SC	Ligada a Universidade de Santa Catarina	*	R\$ 330.000,00	DE 80% a 95 % da programação	12
TV Aperiê	Fundação de direito público	*	R\$ 6.105.497,57	Aproximadamente 77% da programação	5
TV Cultura – SP	Fundação pública de direito privado	1967	R\$ 120.000.000,00	Aproximadamente 77% da programação	745
TVE Rede Brasil	ACERP** – Outorga Educativa/ geradora nacional	1967	R\$ 80.000.000,00	Aproximadamente 77% da programação	100

*Dados não encontrados/ **Associação de Comunicação Educativa Roquette Pinto/ ***Orçamento ligado ao da TVE Rede Minas/ ****Orçamento até 2006.

O Quadro 1 retrata a estrutura das TVs educativas e o desafio que a sociedade civil tem, juntamente com o Estado, de superar e construir um sistema horizontal que, realmente, trabalhe balizado pelo interesse público, de forma a incentivar a produção regional e democratizar as diferentes culturas do país (LIMA, 2006).

A ‘Carta a Brasília’ redigida no final do II Fórum de TV Pública representou avanços para o setor não-comercial de comunicação do Brasil, tais como a afinação da idéia de criação de uma Rede Pública de Televisão, de forma a superar a estrutura exposta até o momento. Além disso, o evento chegou ao fim ciente de que a Empresa Brasil de Comunicação precisa travar um diálogo de cooperação com as emissoras de caráter público, seja no que se refere à sua sustentabilidade, seja em sua grade de programação, lembrando que a produção regional é uma política que deverá nortear a programação das emissoras e não o contrário.

5. O PAPEL DAS COMUNITÁRIAS E UNIVERSITÁRIAS NO PROCESSO DE FORMAÇÃO CADEIA DE TV NÃO-COMERCIAL

Outra discussão que envolve o marco regulatório do sistema de televisão não-comercial no Brasil se refere à Comunicação Comunitária e as TVs Universitárias.

De acordo com Peruzzo (2007), os canais comunitários surgem no Brasil a partir da promulgação da Lei de TV Cabo, nº 8.977, de 6 de janeiro de 1995, e Decreto-Lei 2.206, de 14 de

abril de 1997, que obrigam as beneficiárias das concessões para operar a TV a cabo a destinarem seis canais, na área de sua prestação de serviços, para uso gratuito de entidades sem fins lucrativos⁹. Segundo a autora, tempos depois o número de canais sobe para oito, por meio de Decreto-Lei sancionado em 2002, o que possibilita a criação de um canal destinado ao Judiciário, a TV Justiça. Logo em seguida, em 2004, também vai ao ar a TV NBR (TV Nacional Brasil), canal do Poder Executivo Federal.

Peruzzo (2007) destaca que a criação destes canais, sobretudo dos comunitários, em um sistema de televisão por assinatura significa um saldo positivo nas discussões a cerca da democratização da comunicação. A disponibilização de tais canais, mesmo sob contradições em sua política de funcionamento e reduzido poder econômico para sua sobrevivência, reflete um avanço significativo no que se refere à participação destas organizações civis de interesse público no mercado de comunicação na condição de produtores e reprodutores de conteúdo.

Numa perspectiva ampliada, essas ações demonstram uma dilatação do status da cidadania no cenário nacional, porém, os canais comunitários, em particular, operam em circunstâncias complexas quanto aos aspectos econômico-financeiros e de pessoal. Nesse sentido, a luta pela sobrevivência destes meios num cenário sem incentivos governamentais¹⁰ e sem condições objetivas de produção coletiva, tais como centro de mídias público, colabora para uma deturpação do conceito que norteia o funcionamento dos canais comunitários no espaço da TV a cabo no Brasil. Um exemplo, segundo a autora é a criação de convênios como saída para as dificuldades de produção de conteúdo destes meios, esses contratos são estabelecidos com exibidores de programa como a Radiobrás, Astral, Sesc-Senac, TV Brasil, Sebrae, Televisão da América Latina TAL, Itaú Cultural, TV Senado etc. Essa dinâmica interfere diretamente na formação da identidade dos canais comunitários, dificultando sua estruturação técnica e participação social.

Segundo Priolli (2008) as TVs universitárias sofrem com o mesmo problema das comunitárias. Mesmo dando o pontapé inicial no serviço de TV Educativa no Brasil, as Universitárias funcionaram sempre à margem dos sistemas vigentes. A Televisão Universitária também nasce no processo de segmentação da TV brasileira, com a introdução da tecnologia do cabo.

As TVs Universitárias são privadas – mantidas por Universidades e Instituições de Ensino Superior – e não pode comercializar sua programação, esta que é marcada pela segmentação e regionalização. Uma televisão feita com a participação de estudantes, professores e funcionários.

⁹ Sua estrutura ficou então definida: três canais para reservados para o segmento Legislativo (Câmara dos Deputados, Senado Federal e o terceiro para uso da Assembléia Legislativa e Câmara dos Vereadores); um canal educativo-cultural, para o uso dos órgãos da Educação e da Cultura; um canal universitário, destinado a veiculação de uma programação criada pelas universidades e sem fins lucrativos; e por fim um canal comunitário aberto para livre utilização de entidades não governamentais e sem fins lucrativos (Lei de TV Cabo, nº 8.977/95, Capítulo V Art. 23 parágrafo I).

¹⁰ De acordo com Peruzzo não há, atualmente, no Brasil um fundo público de apoio ao desenvolvimento da comunicação comunitário.

Com programação diversificada, sem restrições ao entretenimento, salvo aquelas impostas pela qualidade estética e a boa ética. Uma televisão voltada para todo o público interessado em cultura, informação e vida universitária, no qual prioritariamente se inclui, é certo, o próprio público acadêmico e aquele que gravita no seu entorno: familiares, fornecedores, vestibulandos, gestores públicos da educação, etc.

Como se vê, a principal distinção entre a TV educativa, universitária e comunitária está na classificação, sendo a primeira inerente ao sistema aberto e as outras duas ao sistema segmentado. No entanto, todos esses sistemas de televisão são dotados de estatuto público.

Diante de todas essas nuances foi que o Governo brasileiro concebeu a idéia de se criar uma ‘TV Pública’ no Brasil, um sistema de comunicação que tivesse como política a possibilitasse de acesso aos diferentes conteúdos, ou seja, uma alternativa ao sistema de comunicação vigente. Assim, foi com a proposição do Governo Federal, em 2007, de unificar¹¹ uma estrutura de televisão e transformar-la em ‘TV Pública’, que se criou a Empresa Brasil de Comunicação (EBC), de economia mista e ligada ao Governo Federal.

6. CRIAÇÃO DA EMPRESA BRASIL DE COMUNICAÇÃO (EBC)

No Brasil, ao contrário do que ocorreu na Europa, por exemplo, as tímidas iniciativas para implantação de serviços públicos de radiodifusão foram sempre subordinadas ao modelo comercial, atuando de forma complementar a este, ocupando os espaços que não atraíam os interesses da iniciativa privada (JAMBEIRO, 2001). É dessa forma que nasce a TV não-comercial no Brasil, sem nenhum planejamento ou política pública que efetuassem um modelo alternativo forte frente aos modelos já estabelecidos no mercado de televisão.

Assim, as discussões em torno das políticas de comunicação no Brasil iniciadas na virada do século XX para o XXI resultaram, entre outras ações do Governo, na criação, em 2007, da Empresa Brasileira de Comunicação (EBC), órgão vinculado à Secretaria de Comunicação do Governo Federal, criado a partir da Medida Provisória 398. A empresa, de economia mista, possui a forma de sociedade anônima de capital fechado, representado por ações, sendo que a União possui 51% delas, os outros 49% são compostos por participações da administração indireta, estaduais e municipais, mediante a incorporação do patrimônio das TVs Educativas (MORAES, 2009).

Para Bolaño e Brittos (2008), a criação da EBC ocorreu à revelia da sociedade, sem que houvesse um verdadeiro debate sobre sua concepção e estrutura. Os pesquisadores acrescentam que “as indústrias culturais, agentes diretamente atingidos pela medida, atuaram em favor de seus

¹¹ A TV Brasil envolve a TV Nacional (Brasília), a TVE rio de Janeiro, a TVE do Maranhão e a TV Brasil São Paulo, além de suas plataformas na internet.

próprios interesses, não esclarecendo devidamente a população sobre o papel de uma TV pública, e quais os exemplos já vigentes no mundo” (BOLAÑO e BRITTOS, 2008, p. 2).

Contudo a EBC é criada com o objetivo de gerir as emissoras de rádio e televisão tidas como públicas, sua criação resultou na extinção Radiobras, da TV Nacional (Brasília), a TVE Rio de Janeiro, a TVE do Maranhão, TV Brasil São Paulo, da Rádio Nacional e MEC, além de sítio informativo na internet. A EBC possui uma diretoria executiva, sendo suas operações supervisionadas pelo Conselho Curador, composto por 20 membros, dos quais 15 representantes da sociedade civil, quatro do Governo (através dos Ministérios da Educação, Cultura, Ciência e Tecnologia e Comunicação Social) e um de seus funcionários.

De acordo com o texto da MP 398 que cria a EBC, a empresa tem como finalidade prestar serviços de radiodifusão pública com o objetivo de promover a cidadania e exibir programação em redes de televisão e rádio, com interação entre os vários veículos, especialmente com a internet. Para tanto, a EBC, através da TV Brasil, especificamente, deverá exibir temas das áreas de educação, arte, cultura, ciência e tecnologia e estimular a produção de conteúdos regionais, nacionais e independentes, o que ainda é feito de forma muito acanhada pela emissora¹². Sobre seu financiamento, a EBC dispõe de diversas formas de captação de recursos. Além do Orçamento Geral da União, possui verbas obtidas pela venda de programas, licenciamento de marcas, doações, publicidade institucional, patrocínio de programas e prestação de serviços a organismos públicos e privados, entre outros.

Atualmente, a EBC trava o desafio de implementar uma Rede Pública de TV, tal projeto objetiva fazer funcionar plenamente uma rede nacional de televisão composta pelas emissoras públicas não-comerciais existentes no país que não reproduza o modelo consolidado pelos veículos de comunicação comerciais. Segundo fala de José Roberto Garcez, diretor de Serviços da EBC, em seminário realizado em dezembro de 2009, pela entidade, quando um meio não se apresenta plural e universal não há serviço público. Nesse sentido, a atual gestão da EBC apresenta no seu planejamento estratégico de 2010 o desafio de ampliar o sinal de todos os veículos afiliados ao sistema, e assume um prazo de sete anos para que todas as emissoras estaduais, que desejem participar, possam reproduzir e intercambiar suas programações¹³.

6.1. REDE PÚBLICA DE TV: UM DESAFIO PARA EBC

Os debates na primeira Conferência Nacional de Comunicação sobre o projeto de se criar uma Rede Pública de TV movimentaram as posições dos atores sociais presentes no evento. Segundo informações da EBC a criação de uma Rede pública de TV se configura como um avanço no combate à concentração de conteúdo e a atuação acanhada das TVs que compõem o

¹² Conferir informação no endereço: <http://www.tvbrasil.org.br/programacao/>

¹³ Informações retiradas do sítio da Empresa Brasileira de Comunicação.

cenário das emissoras de caráter público no Brasil. De acordo com matéria publicada no Observatório de Direito à Comunicação no início deste ano, a EBC pretende observar algumas experiências em construção de redes, para aí traçar um projeto consistente. Porém, segundo o Intervenções (2010), ainda não se sabe como será o modelo da Rede Pública Nacional que se pretende implantar no Brasil.

Para tanto, a EBC vem realizando audiências públicas para elaboração do edital e do contrato que irá gerir a relação com a empresa escolhida como Operador Único da Rede Nacional de TV Pública Digital Terrestre (RNTPD) (INTERVOZES, 2010). Segundo a direção da EBC, a concessão para a exploração do serviço será dada à empresa vencedora pelo período de 20 anos e o financiamento será feito pelo Banco Nacional de Desenvolvimento Social (BNDES). É importante destacar que o contrato firmado com a empresa vencedora do edital terá o modelo de Parceria Público Privado (PPP), com valor total estimado em R\$ 2,8 bilhões¹⁴.

Segundo informações do FNDC, desde dezembro de 2009 a EBC disponibilizou em seu sítio, para a consulta pública, o edital de licitação da concorrência internacional para exploração, mediante concessão administrativa, da futura rede RNTPD. O documento¹⁵ propõe um padrão de nível de serviço para a rede, descrevendo termos e condições que deverão ser atendidos na prestação do serviço de operação da rede em todo o território brasileiro e apresentando os parâmetros que deverão ser atendidos e monitorados para que o serviço se mantenha com a qualidade requerida.

Tereza Cruvinel, presidente a EBC, disse em matéria publicada no Observatório do Direito à Comunicação, em janeiro deste ano, que a rede não será nenhuma novidade, pois a lei que criou a EBC prevê a criação de uma Rede Nacional de Comunicação Pública e isso ocorrerá através da criação da plataforma digital comum. Ela acrescenta que por meio desta plataforma, as TVs legislativas (Câmara e Senado), do Poder Executivo (NBR), do Judiciário (TV Justiça) e a TV Pública federal (TV Brasil) exibirão suas programações em tecnologia digital, além de poderem intercambiar conteúdo. Haverá ainda a implantação de novas redes estatais do Ministério da Educação, do Ministério da Cultura e do Ministério das Comunicações. E no que se refere às emissoras privadas, Cruvinel informa que elas poderão alugar segmentos da plataforma para a transmissão digital em regiões que ainda não tenham instalado seu próprio sistema de transmissão.

Priolli (2008) lembra que a discussão para criação de uma Rede Pública de TV foi intensificada em novembro de 2008, a partir de um protocolo de intenções assinado pela Empresa Brasil de Comunicação (EBC), o Senado Federal, a Câmara dos Deputados, o Superior Tribunal de Justiça (STJ) e o Ministério da Educação. Segundo ele, ficou firmada a criação de uma infraestrutura única, para compartilhamento de transmissões digitais, o que possibilitará a formação de

¹⁴ Conf. em: <http://www.ebc.com.br/imprensa/ebc-noticias/abril-2010/tv-brasil-e-emissoras-estaduais-criam-rede-publica-de-televisao/>.

¹⁵ O documento em consulta está disponível no endereço www.ebc.com.br/consulta-publica/consulta-publica/

uma rede pública de televisão digital, com as TVs Brasil, Câmara, Senado, Justiça, Educação e Cidadania, podendo contar ainda com um canal do Ministério da Cultura.

Para o autor a iniciativa retrata uma ação inédita em um país com um histórico de oligopólio midiático privado, e acrescenta que organizações, como Globo, SBT e Record, já sinalizaram que não pretendem trabalhar com multiprogramação em virtude de acreditarem que o mercado publicitário não daria conta de tantas opções. Isso, segundo Bolaño e Brittos (2009), sinaliza que as redes comerciais do país ficarão a reboque das emissoras não-comerciais em uma das principais ferramentas da TV digital, por impedimento de um fator que sempre as distinguiu: o caráter comercial.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como foi colocado logo no início deste trabalho, a TV chega ao país como ferramenta de desenvolvimento do comércio de bens e serviços (LEAL, 2008). Dessa forma, por mais que a televisão brasileira tenha tido, ao longo de sua história, caráter educativo e de serviço público, os governos nunca deram importância a esse assunto, preocupando-se ao máximo em não ameaçar os interesses das redes de TV comerciais. Dois fatores que ajudam a comprovar essa afirmação são a falta de aprimoramento da regulamentação das indústrias de comunicação de massa e a precariedade das TVs não-comerciais existentes no país (LEAL, 2008).

Outro problema identificado foi que antes mesmo de solucionar o problema do sucateamento das TVs Educativas, Universitárias, Comunitárias e Estatais, o Governo Federal decide implantar o sistema digital de televisão e, sem demonstrar o mínimo de preocupação com a regulação do setor, cria a Empresa Brasil de Comunicação. É interessante notar que, por meio de uma medida provisória, tenta-se agora suprir as necessidades que a legislação da radiodifusão não conseguiu concretizar em mais de quatro décadas.

No que se refere ao conceito de 'sistema público de TV', o campo teórico diz que, apesar de não estar claramente definido, este deve estar voltado à democracia e cidadania, aos projetos de comunicação plurais e de qualidade, ao debate e à exigência do cumprimento dos direitos fundamentais. Para Leal (1997), uma TV só pode ser nomeada como Pública se for financiada inteiramente pelo público. Se o financiamento proceder do Estado, ela passa a ser uma emissora é Estatal, o que implica em interferência do governamental no conteúdo, estrutura e organização.

Assim, o que observamos é um anuviado sistema de comunicação. Nunca houve, no Brasil, política pública que efetuassem um modelo alternativo forte frente aos modelos já estabelecidos no mercado de televisão, pois as intenções econômicas e políticas estiveram à frente das preocupações sociais. A criação de uma nova rede pública de televisão, a forma como ela vai incorporando as emissoras estatais e educativas e o papel das TVs universitárias e das TVs

comunitárias frente a essa rede são temáticas que instigam o olhar pesquisador na reordenação da complementaridade entre os sistemas privado, público e estatal.

É importante notar que o sistema legal brasileiro, que data de 1962, não caminha paralelamente no ritmo frenético das inovações tecnológicas, deixando clara a necessidade de uma revisão das leis que regem o setor audiovisual do país (BOLAÑO, 2007), principalmente no que se refere a sua estrutura e financiamento. É preciso que se construam novos espaços de informação e cultura, resguardados por leis que garantam o caráter público da radiodifusão e a complementaridade dos três modelos, como reza a nossa Constituição.

A partir disso, a observação da dinâmica tecnológica em curso, que está diretamente ligada ao surgimento de novas estéticas e novos modelos de organização sistêmicos, se apresenta como condição para o avanço do debate nesta esfera. E assim, se poderão definir como essas relações intercambiantes promovem a acumulação do Capital nesta “fase de multiplicidade da oferta”, além de explicar por que a democracia liberal ainda não resultou na democratização da mídia, e por que a redemocratização política não trouxe novas maneiras e novas formas de negociação, que substituíssem as práticas herdadas da antiga estrutura.

7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADORNO, Theodor W. "A Indústria Cultural". In: Cohn (Org.), *Theodor W. Adorno*, Trad. de Amélia Cohn. **Coleção Grandes Cientistas Sociais**. São Paulo: Ática, 1986.

BOLAÑO, César Ricardo Siqueira (2001). "O Modelo Brasileiro de Regulação do Audiovisual" IN: **Comunicação e Espaço Público**. Brasília: Programa de Pós-Graduação da Faculdade Comunicação da UNB, pp. 71-94.

_____. C.R.S. (2004). **Mercado Brasileiro de Televisão**. São Paulo/Aracaju: Educ / Editora UFS.

_____. C.R.S. (2002) "**Trabalho Intelectual, Comunicação e Capitalismo. A re-configuração do fator subjetivo na atual reestruturação produtiva**". Revista da Sociedade Brasileira de Economia Política, SEP, nº 11, p. 79-102.

_____. C.R.S. (2007). **Qual a lógica das políticas de comunicação no Brasil?** São Paulo: Paulus.

_____. C.R.S. (2008) (org.). **Comunicação e a Crítica da Economia Política: perspectivas teóricas e epistemológicas**. São Cristóvão: Editora UFS.

BOLAÑO, César Ricardo Siqueira e BRITTOS, Valério Cruz (2007). **A televisão brasileira na era digital: exclusão, esfera pública e movimentos estruturantes**. São Paulo: Paulus.

_____. (2005). **Rede Globo – 40 anos de poder e hegemonia**. São Paulo: Paulus.

_____. (2008) **TV pública, políticas de comunicação e democratização: movimentos conjunturais e mudança estrutural**. GT - Economia Política e Políticas de Comunicação - XVII COMPOS: São Paulo/SP

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília: Senado Federal, 1988.

BRITTOS, Valério (2006). **Televisão, Concentração e Concorrência no Capitalismo Contemporâneo**. In. BRITTOS, Valério (Org.). *Comunicação na Fase da Multiplicidade da Oferta*. Porto Alegre: Nova Prova.

_____. **Recepção e TV a cabo: a força da cultura local.** São Leopoldo: UNISINOS, 2000;

_____. **A oligopolização do mercado brasileiro de televisão por assinatura.** Verso e Reverso. São Leopoldo, 1999, 28, p. 65-92;

BRECHT, Bertold (1927-1932). **Teorias de la Radio.** Revista Eptic On Line, v..V, n.2, Mayo/Ago. 2003, Disponível em www.eptic.com.br. Acessado em: 25/01/2008.

BURKE, Peter e BRIGGS, Asa (2004). **Uma história Social da Mídia: de Gutemberg à Internet.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor.

CHESNAIS, François (1996). **A Mundialização do Capital.** São Paulo: Xamã

DANTAS, Marcos (2002). **A Lógica do Capital-Informação.** Rio de Janeiro: Contraponto.

Decreto Lei nº. 5. 520, de 24 de agosto de 2005. Dispõe sobre a implantação do Sistema Federal de Cultura (SFC) e sobre a composição e o funcionamento do Conselho Nacional de Política Cultural (CNPC) do Ministério da Cultura. Portal do Ministério da Cultura. Disponível em:

http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2004-2006/2005/Decreto/D5520.htm. Acessado em: 27/09/2008.

JAMBEIRO, Othon (2001). **A TV no Brasil do Século XX.** Salvador: Edufba.

JAMBEIRO, Othon; BRITTOS; Valério C. e BENEVENUTO JR, Álvaro (2005). **Comunicação, Hegemonia e Contra-hegemonia.** Salvador: EDUFBA.

JAMBEIRO, Othon; BRITTOS; Valério C. e SIMIS, Anita (2007). **O Capitalismo Internacional e as Novas Configurações da Regulação da Informação e da Comunicação.** Revista Latinoamericana de Ciencias de La Comunicación, Enero/Junio, N° 6, p. 42-59.

LEAL FILHO, Laurindo Lalo (2008). **A nova televisão brasileira.** In: Revista ADUSP. Rio de Janeiro. Seção Sindical da Andes-SN.

LEAL, Sayonara; HAJE, Lara (2008). **O Debate acerca da Convergência Tecnológica no Congresso Nacional Brasileiro: Os movimentos pela consolidação da nova lei de TV por Assinatura.** Apresentado na Associação Nacional dos Programas de Pós-graduação em Comunicação - COMPOS. Disponível em: www.compos.org.br.

MATTELART, Armand (2005). **Diversidade Cultural e Mundialização.** São Paulo: Parábola Editorial.

MATTELART, Armand, NEVEU, Érik (2004). **Introdução aos Estudos Culturais.** São Paulo: Parábola Editorial.

MOTA, Joanne (2008). **O caráter educativo da TV no Brasil: questões históricas, políticas e**

Econômicas. Apresentado no XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Natal, RN - Publicado em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/R3-0728-1.pdf>.

PRIOLLI, Gabriel (2008). **A televisão que não ousa dizer o nome.** Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos.asp?cod=470TVQ001>. Acesso em: 13.04.2009.

PERUZZO, Cicília (2007). **Televisão Comunitária: dimensão pública e participação cidadã na mídia local.** Rio de Janeiro: Mauad X.

PERUZZO, Cicília (2008). **O Lugar da Comunicação Comunitária nas Políticas de Comunicação no Brasil.** Apresentado na Associação Nacional dos Programas de Pós-graduação em Comunicação - COMPOS. Disponível em: www.compos.org.br.

ORTIZ, Renato (1988). **A moderna tradição brasileira.** São Paulo: Brasiliense.

SAMPAIO, M.F. (1984). **A história do rádio e da televisão no Brasil e no mundo.** Rio de Janeiro: Achiamé.

Periódicos

Revista MídiaComDemocracia. Porto Alegre. FNDC, nº 5, Jan. 2007.

Revista MídiaComDemocracia. Porto Alegre. FNDC, nº 6, Out. 2007

Revista MídiaComDemocracia. Porto Alegre. FNDC, nº 7, Fev. 2008

Revista Associação dos Docentes da USP (Adusp). Janeiro de 2008, nº 42

Sites Pesquisados

www.ebc.com.br/

www.estadao.com.br

www.folhaonline.com.br

www.fndc.org.br

www.direitoacomunicação.org.br

www.eptic.com.br

www.intercom.org.br