



**CENTRO UNIVERSITÁRIO TIRADENTES**  
**COORDENAÇÃO DE PESQUISA, PÓS-GRADUAÇÃO E EXTENSÃO**  
**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM SOCIEDADE,**  
**TECNOLOGIAS E POLÍTICAS PÚBLICAS**

**A TV EDUCATIVA E A CONCEPÇÃO DE COMUNICAÇÃO**  
**PÚBLICA EM ALAGOAS**

Autor: Roberto Rivelino de Amorim

Orientadora: Prof. Dra. Jesana Batista Pereira

Co-orientador: Prof. Dr. Walcler de Lima Mendes Jr.

MACEIÓ, AL - BRASIL

MARÇO DE 2018

**A TV EDUCATIVA E A CONCEPÇÃO DE COMUNICAÇÃO PÚBLICA EM  
ALAGOAS**

ROBERTO RIVELINO DE AMORIM

DISSERTAÇÃO SUBMETIDA AO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM SOCIEDADE, TECNOLOGIAS E POLÍTICAS PÚBLICAS DO CENTRO UNIVERSITÁRIO TIRADENTES COMO PARTE DOS REQUISITOS NECESSÁRIOS PARA A OBTENÇÃO DO GRAU DE MESTRE EM SOCIEDADE, TECNOLOGIAS E POLÍTICAS PÚBLICAS.

Aprovado por:

---

Profa. Dra. Jesana Batista Pereira  
Orientadora

---

Prof. Dr. Walcler, de Lima Mendes Jr.  
Coorientador

---

Prof. Dr. Pedro Simonard  
Membro Interno da Banca

---

Prof. Dra. Lídia Maria Marinho da Pureza Ramires  
Membro Externo da Banca

---

Prof. Dra. Daniela, do Carmo Kabengele  
Membro Suplente da Banca

MACEIÓ, AL - BRASIL

MARÇO DE 2018

---

Amorim, Roberto Rivelino de

A524t A TV educativa e a concepção de comunicação pública em Alagoas / Roberto Rivelino de Amorim; orientação [de] Profa. Dra. Jesana Batista Pereira - Maceió: UNIT, 2018.

120 f.

Inclui bibliografia.

Dissertação de Pós-graduação (Sociedade, Tecnologias e Políticas Públicas)

1. Público 2. Privado 3. Televisão I. Pereira, Jesana Batista II. Centro Universitário Tiradentes. III. Título.

CDU: 371.333:659.3(813.5)

---

## **DEDICATÓRIA**

Ao Jornalismo, que trouxe luz a minha vida quando só existiam dúvidas e penumbra.

## AGRADECIMENTOS

À professora Jesana Batista, pela impressionante gentileza, segurança, paciência e acolhida amorosa durante todo o processo de orientação.

Ao amigo Cícero Rogério, pelo entusiasmo contagiante em pesquisar fenômenos sociais.

À amiga Lúcia Nascimento, que durante vários dias deixou os filhos e as filhas para me socorrer no penoso caminho da ABNT.

Aos amigos Gonzalez, Rachel, Cíntia e Socorro pelo apoio incondicional para seguir em frente no Jornalismo e nas empreitadas acadêmicas.

Aos professores e professoras do pioneiro Mestrado do Centro Universitário Tiradentes (UNIT-AL) pela preciosa troca de conhecimento interdisciplinar, indispensável para entender a complexidade da contemporaneidade.

Aos amigos e amigas do Mestrado, pelas descobertas, preocupações e sorrisos coletivos durante essa jornada inesquecível. E a todos que direta e/ou indiretamente contribuíram para a realização desta pesquisa.

*Nós, indivíduos, somos os produtores de um  
processo de reprodução que é anterior a nós.  
Produzimos a sociedade que nos produz.*

*(Edgar Morin)*

## RESUMO

A fabricação de informação e conteúdo simbólico das emissoras de televisão no Brasil é dividida em dois modelos: o público e o privado. Esta dissertação foca no campo de atuação das TVs não comerciais para investigar qual a concepção e as características do conceito de Público exercido na TV Educativa de Alagoas (TVE) – emissora administrada pelo Instituto Zumbi dos Palmares (IZP), órgão pertencente a administração indireta do Governo do Estado de Alagoas. Diante da complexidade do fenômeno da mídia televisiva na contemporaneidade, a base teórica-metodológica para análise proposta é alicerçada na interdisciplinaridade, pois os meios de comunicação característicos de cada momento histórico se configuram como fenômeno social e devem ser abordados como parte integral de contextos mais amplos da vida social. Nesse sentido, figuram reflexões teóricas de pesquisadores como Habermas, Thompson, Bourdieu, Breton e Proulx. No âmbito específico para análise das concepções e características da comunicação pública a base de sustentação foi construída a partir dos estudos de Bucci, Brandão, Coutinho, Duarte, Haswani, Leal Filho e Valente, dentre outros pesquisadores da comunicação social. Para identificar a concepção de público praticada na TVE foram analisados o modelo jurídico, administrativo, político e editorial da emissora. Após leituras, discussões e análises realizadas nos dados documentais, entrevistas e conteúdo dos programas Pauta Especial e TV em Dia foi possível compreender que a única emissora de televisão não comercial de Alagoas é um dos braços do aparelho estatal, onde predomina a exclusão da sociedade e a soberania das decisões subjetivas dos governantes.

**Palavras-chave:** Público. Privado. Estatal. Programação. Televisão.

## ABSTRACT

Information manufacturing and symbolic content from Brazilian television network corporation is divided into two exemplars: public and private section. This essay aims the non-commercial television department to inspect what is the conception and characteristics from the public concept accomplished by 'TV Educativa de Alagoas' (TVE) – a television broadcasting company managed by 'Instituto Zumbi dos Palmares' (IZP), bureau which belongs indirectly to the state administration (Governo do Estado de Alagoas). Facing the complexity of the television broadcasting phenomenon from the broadcasting media into our times, the basis theoretical-methodological to the proposed analysis is interdisciplinarity, since the aspects of the means of communication from each historical moment compose themselves as a social phenomenon and must be defended as a completely inserted subject in wide contexts from social life. Through this matter, theoretical reflections from researchers as Habermas, Thompson, Bourdieu, Breton and Proulx compose this essay. Into the specific scope to analyse the conceptions and characteristics of public communication, the base that supports this essay was built from studies by Bucci, Brandão, Coutinho, Duarte, Haswani, Leal Filho and Valente, among other researchers from social communication. To identify the conception of public practiced at TVE the legal standard, bureaucratic, political and editorial from the television network were analysed. After reading, assertions and analyses made from the documented data, interviews and subject of the tv programs 'Pauta Especial' and 'TV em Dia', it was possible to understand that the only tv broadcasting company in Alagoas is one of the state-owned arms, which prevails the exclusion of the society and supremacy of the subjective decisions from the state rulers.

**Keywords:** public, private, state-owned enterprise, programming, television



## Lista de quadros

Quadro 1: Quadro de Cargos e Funções Gratificadas quando da criação do IZP, em janeiro de 2001.....	66
Quadro 2: Valores de custeio repassados pela secretaria da Fazenda ao IZP.....	72
Quadro 3: Valores de captação de recursos do IZP.....	73
Quadro 4. Quantidade de entrevistas por assuntos nos meses de agosto, setembro e outubro de 2017.....	82
Quadro 5. Quantidade de entrevistas por assuntos nos meses de agosto, setembro e outubro de 2017.....	83

## **Lista de Siglas**

CEPA -	Centro de Estudos e Pesquisas Aplicadas
EBC -	Empresa Brasil de Comunicação
EMBRATEL -	Empresa Brasileira de Telecomunicações
IBGE -	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
ITEAL -	Instituto de Tecnologia Educacional do Estado de Alagoas
IZP -	Instituto Zumbi dos Palmares
PBM -	Pesquisa Brasileira de Mídia
SECOM -	Secretaria de Estado da Comunicação
SEE - AL -	Secretaria de Estado da Educação de Alagoas
TVCOM -	TV Comunitária
TVE -	TV Educativa de Alagoas

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO.....</b>	<b>11</b>
<b>2. PÚBLICO E PRIVADO: FRONTEIRAS DIFUSAS E AMBÍGUAS.....</b>	<b>17</b>
2.1 O lugar dos iguais na <i>pólis</i> de Aristóteles.....	17
2.2 Rupturas na Idade Média e no Absolutismo.....	20
2.3 Habermas e o impacto da mídia na esfera pública.....	24
2.4 Significados e práticas da comunicação pública.....	27
<b>3. FORMATOS E EXPERIÊNCIAS DE SISTEMAS DE COMUNICAÇÃO PÚBLICA.....</b>	<b>34</b>
3.1 Concepções e abordagens.....	34
3.1.1 Elitista.....	35
3.1.2 Educativa.....	37
3.1.3 Interesse público.....	38
3.1.4 A serviço dos governantes.....	39
3.2 A prática internacional.....	41
3.2.1 Austrália: política multicultural.....	42
3.2.2 Canadá: inglês, francês e indígena.....	44
3.2.3 Itália: interferência política.....	45
3.2.4 Colômbia: expressiva influência do Estado.....	46
3.2.5 Portugal: disputa pela audiência.....	48
3.2.6 França: inserção social e cidadania.....	49
3.3 O caso brasileiro e o nascimento da EBC.....	50
3.4 Nas terras de Alagoas.....	57
<b>4. A TV EDUCATIVA E O SOFRIDO PARTO DO SISTEMA PÚBLICO DE COMUNICAÇÃO DE ALAGOAS.....</b>	<b>61</b>
4.1 Uma atribulada gestação de 53 anos.....	61

4.1.1 O nascimento do Instituto Zumbi dos Palmares.....	64
4.1.2 Trabalhadores, dinheiro e interiorização.....	67
4.2 A televisão que já nasceu silenciada.....	77
4.2.1 As vozes numa emissora não-comercial.....	81
<b>5. CONCLUSÃO.....</b>	<b>92</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>95</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>105</b>
<b>Anexo A-Entrevistas.....</b>	<b>106</b>
<b>Cintia Regina dos Santos.....</b>	<b>106</b>
<b>Maria Rachel Fiúza Moreira.....</b>	<b>109</b>
<b>Manoel Miranda dos Santos Junior.....</b>	<b>111</b>
<b>Anexo B-Grade de Programação da TV Educativa.....</b>	<b>113</b>

## 1. INTRODUÇÃO

Mesmo com o advento da Internet, a televisão continua sendo o meio de comunicação mais consumido no País. Realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), a Pesquisa Brasileira de Mídia (PBM 2016), divulgada em junho de 2017, aponta que 89% dos brasileiros utilizam a TV como principal meio de informação. A pesquisa foi encomendada pela Secretaria de Comunicação Social do governo Federal e realizada entre 23 de março e 11 de abril de 2016 e ouviu 15.050 pessoas com mais de 16 anos de todo o país.

Esses números nos levam a pensar criticamente não apenas sobre o impressionante alcance e influência da TV no cotidiano de milhões de brasileiros, mas, principalmente, sobre o modo de produção do que está sendo exibido diariamente. No Brasil, a programação das emissoras de televisão tem, em linhas gerais, dois modelos de produção: o comercial e o público. A relação estabelecida com os receptores é fundamental para a distinção dos dois campos. Enquanto os meios com fins lucrativos enxergam os telespectadores apenas como massa consumidora e buscam o gosto médio para aumentar a audiência; a TV pública deve privilegiar a multiplicidade de público e o diálogo com as demandas informativas e culturais de cada um deles (VALENTE, 2009).

Como a tradição nacional está marcada pela hegemonia das emissoras comerciais e a busca incessante pelo lucro e influência política, essa dicotomia remete a uma série de reflexões sobre a natureza, as características e a função de uma emissora pública nesse contexto. Porém, transitar no terreno da comunicação pública no Brasil não é tarefa fácil devido ao seu aspecto movediço.

Os desafios são muitos e remetem ao carácter difuso do próprio termo **público** e sua incorporação a diversas situações na área da comunicação social. Basta não pertencer a iniciativa privada para uma emissora de rádio ou de televisão receber o *status* de pública; o que leva a deduzir, de maneira apressada, que os meios de comunicação criados e mantidos pelo Estado são, necessariamente, públicos, já que são financiados pelo dinheiro dos cidadãos e, automaticamente, deveriam ser espaços e mecanismos de participação coletiva e exercício pleno da cidadania.

No Brasil, a lógica da televisão sempre foi comercial e por isso, se configura uma tarefa complexa a tentativa de mudar e reverter valores e métodos que já estão solidificados no mercado e no imaginário da população. Criar neste contexto uma televisão pública no Brasil é como ter que reensinar as pessoas a assistir televisão e aos poucos, inserir valores que nunca foram questionados, pelo menos não pelo grande público. (COUTINHO, 2013, p.25)

Desse modo, o presente trabalho consiste na análise da concepção e características da comunicação pública exercida na TV Educativa de Alagoas (TVE), emissora pertencente ao sistema público de comunicação do Estado de Alagoas e administrado pelo Instituto Zumbi dos Palmares (IZP). Para isso, são observados aspectos fundamentais como a natureza jurídica, as formas de financiamento, o controle administrativo e o modelo de produção de conteúdo informativo. Nesse sentido, não se trata de investigar a materialidade da expressão “direito à informação”, mas do “direito à comunicação do cidadão”, que, para Coutinho (2013), atribui um caráter protagonista ao telespectador, o que poderia ser entendido como uma tentativa de garantir estímulos para a conversão de consumidores integrantes da audiência em cidadãos mais representados e presentes na programação televisiva.

As motivações para investigar o caráter público da TVE surgiram de quatro dimensões: enquanto telespectador, jornalista, funcionário da emissora e professor universitário. Na primeira condição, as inquietações partiram da homogeneidade dos produtos exibidos nas emissoras comerciais e as significativas diferenças com a programação da então TVE Rio de Janeiro e TV Cultura de São Paulo. No exercício da profissão em empresas jornalísticas privadas, o rígido controle da abordagem dos fatos e a limitação para experimentar novos formatos e linguagens sempre causou desconforto crítico. A inquietude só aumentou na condição de servidor público concursado exercendo diversas funções na TVE e sujeito participante no processo de produção do conteúdo informativo diante das condições ofertadas pelo governo do Estado. Por fim, a experiência da docência universitária revelou os caminhos para transformar práticas, dúvidas, observações e inquietudes do cotidiano em materialidade passível de investigação científica.

Devido à complexidade de investigar a televisão enquanto fenômeno social se faz necessário a construção de uma linha interdisciplinar – que perpassa horizontalmente a história, a economia, a política e o discurso - para compreensão dos diversos aspectos da vida social que interferem direta ou indiretamente na materialização do conteúdo simbólico produzido e exibido pela TVE; pois os meios de comunicação característicos de cada momento histórico se configuram como fenômeno social e devem ser abordados como parte integral de contextos mais amplos da vida social (THOMPSON, 1998).

O enredamento do estudo da mídia televisiva como fenômeno social não encontra sustentação sólida na aplicação de teorias analíticas de apenas um campo do saber, como as teorias da Mídia ou do Jornalismo. É preciso um cruzamento interdisciplinar que permita, segundo Pombo (2005, p.10), “dar conta das configurações, dos arranjos, das perspectivas múltiplas que a ciência tem que convocar para o conhecimento mais aprofundado dos seus objetos de estudo”. Partindo desse entendimento, a análise do caráter público da TVE não pode ser dissociada dos princípios epistemológicos das ciências sociais e humanas para garantir o entendimento das dimensões da mídia na sociedade contemporânea.

Thompson (1998) corrobora com a interdisciplinaridade para análise da mídia ao evidenciar o impacto transformador dos meios de comunicação de massa na vida social e ressaltar que de forma profunda e irreversível, o desenvolvimento da mídia transformou a natureza da produção e do intercâmbio simbólicos do mundo contemporâneo. Sua análise do fenômeno midiático acentua não apenas o caráter significativo das formas simbólicas, mas também sua contextualização social.

Levando em conta a condição interdisciplinar deste trabalho, a abordagem qualitativa é a que melhor se aplica, pois, segundo Creswell (2010), ao contrário da pesquisa quantitativa, que é um meio para testar teorias objetivas, examinando as relações entre as variáveis, a pesquisa qualitativa é o caminho para explorar e para entender o significado que os indivíduos ou os grupos atribuem a um problema social ou humano. Flick (2009) também evidencia algumas características da pesquisa qualitativa, como propiciar o contato direto entre pesquisador, ambiente e objeto de estudo, o trabalho com dados descritivos e o enfoque não no produto, mas no fenômeno em processo.

A estratégia de pesquisa adotada foi o estudo de caso de caráter exploratório, caracterizado pelo estudo profundo e exaustivo do objeto, de maneira a seu conhecimento amplo e detalhado, dentro do seu contexto de realidade. O estudo de caso é marcado não somente pelo interesse do caso em questão, mas também pelo fato do mesmo possibilitar o acesso a diferentes fenômenos e aspectos da realidade estudada (YIN, 2015).

A construção do trabalho seguiu as etapas clássicas propostas por Gil (2011): delimitação do objeto, coleta de dados, análise e interpretação de dados, redação da dissertação. A delimitação da pesquisa está na avaliação do caráter público da TVE, compreendendo os aspectos envolvidos na sua concepção e as transformações na produção de conteúdo informativo ocorridas a partir da criação do IZP, em 2001.

A coleta de dados para análise do *corpus* foi realizada através de levantamento bibliográfico, documental e entrevistas. Foram utilizados documentos oficiais, decretos, leis,

ofícios, outorgas, regimentos, portarias, destacando os documentos institucionais disponibilizados por vários setores do IZP, como o Departamento de Recursos Humanos; a Gerência Executiva de Planejamento, Orçamento, Finanças e Contabilidade; a Gerência de Operações e Tecnologia da Informação; e a Gerência de Jornalismo. Também foram utilizadas informações de jornais, telejornais e sites de notícias que trataram de questões relacionadas tanto do IZP quanto da TVE. A grade de programação da TVE e os assuntos abordados nos programas TVE em Dia e Pauta Especial - nos meses de agosto, setembro e outubro de 2017 - foram indispensáveis para alicerçar a análise do caráter público do conteúdo jornalístico produzido pela emissora.

Também foram realizadas, ainda, entrevistas semiestruturadas com os diretores de Jornalismo do IZP no período de 2001 a 2017. O recorte temporal foi feito a partir do ano em que a emissora começou a produzir regularmente programas próprios e não apenas retransmitir a programação da extinta TVE Rio. Outro critério para seleção dos entrevistados foram os que estavam exercendo a função nos últimos seis meses de cada gestão dos governos Ronaldo Lessa (1999-2006), Teotônio Vilela Filho (2007-2014) e José Renan Vasconcelos Calheiros Filho (2015-2018), por entender que nesse período a linha editorial de cada governo estava consolidada. A partir daí, foram entrevistados os jornalistas Manoel Miranda dos Santos Júnior, Maria Rachel Fiúza Moreira e Cíntia Regina dos Santos. Já a opção pela entrevista semiestruturada se fez pela necessidade de abordagem de questões predeterminadas a todos os entrevistados, mas mantida a liberdade para colocar outras questões cujo interesse surgisse no decorrer da entrevista. A identificação dos entrevistados foi feita através de solicitação no Departamento de Recursos Humanos do Instituto Zumbi dos Palmares (IZP), gestor da TV Educativa de Alagoas, das cópias dos atos de nomeação e exoneração dos diretores de Jornalismo no período determinado. O contato inicial foi feito por telefone e, devido a agenda e a localização dos entrevistados, as entrevistas foram realizadas por e-mail, com as mesmas perguntas para todos.

Para completar a análise, é preciso ressaltar que diversas informações sobre o funcionamento do IZP e, especificamente as etapas do processo de produção de conteúdo da TVE, são originárias das minhas observações e práticas no exercício de várias funções na condição de funcionário da emissora há 17 anos. Como prestador de serviço, de 2001 a 2004, fiz parte da equipe que implantou o departamento de jornalismo e iniciou a produção sistemática da programação local. Em 2004, fui aprovado no concurso público do IZP para o cargo de diretor de programas da TVE e desde então acompanho cotidianamente as transformações ocorridas na emissora nos setores de gestão, financiamento e linha editorial.



Esse arcabouço de informações nos deu possibilidades de reconstrução de fatos, desenvolver relatos e elaborar análises.

Terminada a coleta e a interpretação dos dados, a análise foi realizada a partir dos critérios de modelo de gestão, modelo de financiamento e autonomia de produção de conteúdo informativo, que permitiram evidenciar qual a concepção e as características de comunicação pública aplicada a TVE enquanto emissora mantida pelo dinheiro público. O alicerce teórico para análise é de matriz interdisciplinar e tem sustentação em pensadores que concebem a mídia não só como parte indissociável do contexto social, mas, principalmente, como elemento ativo nos processos de transformação das relações sociais, com destaque para Habermas (2014) e sua teoria da mudança estrutural da esfera pública; a relação entre mídia e modernidade de Thompson (1998); o conceito de poder simbólico formulado por Bourdieu (2011); o estudo sociológico da comunicação proposto por Breton e Proulx (2013); e a visão da Economia Política da Comunicação defendida por Bolaño (2004).

No campo específico para análise das concepções e características da comunicação pública a base de sustentação foi construída a partir das teorias e conceitos elaborados por Bucci (2006, 2008, 2010, 2015), Brandão (2003), Coutinho (2013), Duarte (2012), Haswani (2013), Leal Filho (2013) e Valente (2009), dentre outros pesquisadores que tem sólida produção científica sobre os aspectos políticos, legais, admirativos, tecnológicos e sociais da comunicação pública não só no Brasil, mas internacionalmente.

A dissertação está dividida em quatro seções. Após a introdução, na segunda seção apresentamos, sem pretensões de caráter conclusivo, as metamorfoses conceituais e práticas dos termos **público** e **privado**. O percurso histórico começa na *pólis* do filósofo grego Aristóteles (384-322 a.C.) e se estende até pensadores contemporâneos como Hannah Arendt e Jürgen Habermas, que trabalham com conceitos de **espaço público** e **esfera pública**; passando pela Idade Média, Estados Absolutistas e as revoluções burguesas, que contribuíram significativamente para o entendimento que temos sobre o que é público e o que é privado. Ainda na primeira seção trazemos reflexões sobre como a comunicação se apropria do termo público para designar a produção de informação e conteúdo simbólico diferente dos ofertados pela comunicação privada (meios de comunicação de massa comerciais).

Na terceira sessão investigamos os sistemas de comunicação pública em diversos países para identificar as experiências de cada nação no que diz respeito à criação de mecanismos legais para financiar e fiscalizar as emissoras inseridas no campo público de comunicação. Em narrativas breves e incisivas são apresentados os modelos da Austrália, Colômbia, França, Portugal e Canadá. O caso brasileiro e a criação da Empresa Brasil de

Comunicação (EBC) receberam mais atenção devido a relação direta com a TVE de Alagoas, objeto de estudo dessa dissertação. Nesse panorama de práticas também figuram as experiências de Alagoas, que possui três emissoras de TV ligadas ao Poder Legislativo, uma TV comunitária, e uma rede de rádios (AM e FM), TV e espaço cultural sob a batuta do governo do Estado e administrada pelo IZP.

Na quarta seção, num primeiro momento, abordamos o contexto político e social do nascimento das emissoras de rádio e TV mantidas pelo governo do Estado e rotuladas de públicas. O ponto de partida dessa trajetória é a Rádio Difusora de Alagoas, fundada em 1948, e o de chegada a criação do IZP como autarquia da administração indireta da máquina estatal estadual e responsável pela administração das rádios Difusora, Educativa FM e TVE. Em seguida, analisamos o caráter público da TVE a partir dos modelos de gestão, financiamento e autonomia da produção de conteúdo informativo – especificamente dos programas Pauta Especial e TVE em Dia.

A intencionalidade predominante desta dissertação é lançar um olhar mais atento sobre a existência, o funcionamento, o alcance e a finalidade da TVE a partir das suas relações com o governo do Estado e a sociedade. É estimular reflexões sobre o papel de uma emissora pública em Alagoas e os critérios que norteiam sua produção de informação e conteúdo simbólico. É contribuir para estimular profissionais e estudantes de jornalismo a repensar as possibilidades da prática jornalista, uma vez que suas experiências, tanto acadêmicas quanto no mercado de trabalho, carecem de reflexões acerca da TV Pública, visto que são preparados apenas para o exercício em emissoras comerciais.

## 2. PÚBLICO E PRIVADO: FRONTEIRAS DIFUSAS E AMBÍGUAS

*Será mais proveitoso ocupar-nos dos  
negócios públicos e deles participar,  
ou libertar-se de todo político e viver  
como estranhos no Estado?*  
(Aristóteles, 2009)

### 2.1 O lugar dos iguais na *pólis* de Aristóteles

Nos últimos anos, o uso do qualificativo **público** se tornou quase obrigatório em conversas informais do cotidiano e nas discussões acadêmicas, com maior recorrência nas Ciências Sociais. Utilizado em oposição ao sentido de **privado**, costuma acrescentar ao significado genérico de um substantivo uma característica, diminuindo a extensão do conceito denotado pelo substantivo (HOUAISS, 2009, p.312). Exemplos são muitos: homem público, via pública, políticas públicas, interesse público, saúde pública, espaço público etc. Essas expressões são comumente utilizadas com sentidos diversos e até de forma aleatória. O termo público se tornou quase um modismo quando se quer falar de assuntos gerais de alcance coletivo ou das ações do Estado que afetam a vida dos cidadãos.

Mas adentrar na densidade epistemológica, política, jurídica e social da distinção dos conceitos de **público** e de **privado** não tem sido tarefa fácil, muito menos característica exclusiva da contemporaneidade. Pelo contrário. Iremos encontrar essa preocupação já nas reflexões do filósofo grego Aristóteles (384 - 322 a.C.). A discussão é secular com fronteiras ainda mais difusas e ambíguas diante da complexidade das relações sociais dos conturbados séculos XX e XXI.

[...] o debate sobre o público e o privado readquiriu uma certa densidade epistemológica, política, jurídica e social. Epistemológica porque enfrentamos a necessidade de melhor compreender as noções de público e de privado na atualidade tendo em conta o conteúdo conferido ao longo dos tempos; política e jurídica porque não é possível estudar a vida privada sem ter em conta a margem de autonomia que lhe é deixada pelo poder político e pela doutrina jurídica; social porque as variações do binômio público-privado só podem ser empreendidas avaliando os comportamentos dos homens, bem como as regras que estes impõem a si próprios, ou que são impostas pelos hábitos das comunidades onde vivem. (PRIOR; SOUZA, 2014).

Habermas (2014, p. 93) também aponta os múltiplos significados adquiridos pelo uso linguístico de **público** e **privado** em diversas fases da história da Europa Ocidental e reforça que os conceitos “assumem uma vinculação turva quando aplicadas sincronicamente às condições das sociedades burguesas industrialmente avançadas e constituídas pelo Estado de bem-estar social”.

Para o entendimento dos mecanismos de funcionamento e efetivação da produção de informação e conteúdo simbólico da televisão classificada como pública - em contraposição ao conceito de televisão privada ou comercial e interesse primordial dessa pesquisa – é necessário rever os mais expressivos modelos, fundamentos e debates propostos a respeito do público e do privado, no sentido de definir com maior robustez a base teórico-metodológica para o estudo da concepção de **comunicação pública** exercida na TV Educativa de Alagoas (TVE) através da análise da legislação e modelos de gestão, financiamento e editorial - entendendo a emissora como um dos braços da política pública de comunicação social do governo de Alagoas.

Um ponto de partida diante das variações históricas e da complexidade conceitual do binômio público-privado é o consenso de que as reflexões sistemáticas desta dicotomia começam na cidade-estado grega; mesmo que os termos *publicus* e *privatus* terem surgidos e se consolidados no Império Romano e se referirem, respectivamente, ao Direito Público e o Direito Privado, que são pedras fundamentais do Direito Romano, que é, por sua vez, a pedra fundamental de todo o Direito da civilização ocidental (CRUZ, 2009).

A noção de *pólis* para os gregos é o primeiro marco histórico-conceitual da separação e distinção entre a vida privada e a vida pública, no âmbito dos fundamentos das instituições da civilização ocidental e originando as primeiras formulações da noção de esfera pública, tão em voga nos dias atuais. Para os gregos, o espaço público é o lugar dos iguais, da esfera de ação do cidadão, da aclamação de ideias, de ausência do anonimato com condições de homogeneidade moral e política. Cruz (2009) ressalta que, por oposição ao público, o espaço privado na Grécia antiga era onde se davam as relações entre os que não são cidadãos, “os comerciantes, as mulheres e os escravos”.

Em sua célebre obra *A Política*, Aristóteles discorda do mestre Platão (428-347a.C.), para quem não havia qualquer “diferença entre esfera particular e a coletiva. Aristóteles não apenas afirmava essa distinção, como tomava por ideal o universo público da *pólis*” (SILVA, D., 2012).

Para compreender a concepção de público segundo a filosofia política aristotélica, é necessário voltar o olhar para a esfera privada familiar, apontada pelo filósofo como a

condição para o desenvolvimento da *pólis* e o exercício pleno da esfera pública. Como Aristóteles considerava o homem um “animal político” por natureza, enxergava na organização familiar a etapa fundamental para se evoluir a complexidade da cidade-estado grega. Segundo Silva (2012), a ética particular e a administração da casa formadas na esfera privada é que possibilitaram a constituição dos componentes da sociedade pública. Haswani (2013, p. 12) corrobora essa dicotomia da filosofia aristotélica ao ressaltar que a esfera privada na *pólis* era domiciliar e as pessoas conviviam, desenvolviam “códigos éticos pessoais e buscavam apenas atender às necessidades vitais de sobrevivência, dos ciclos do nascimento à morte, visando tudo o que dissesse respeito às necessidades biológicas da vida”.

Hannah Arendt, filósofa envolvida com o exame da modernidade política a partir das questões sociais e com o estudo da fronteira entre o público e privado, partindo das reflexões de Aristóteles, também considera o agrupamento das famílias como condição *si ne qua non* para a existência da *pólis*, mas ressalta as distinções entre as duas esferas:

Historicamente, é muito provável que o surgimento da cidade-estado e da esfera pública tenha ocorrido à custa da esfera privada e do lar. A distinção entre uma esfera privada e uma esfera de vida pública corresponde à existência das esferas da família e da política como entidades distintas e separadas (ARENDR, 2007, p. 38).

Mas Arendt, ao abordar o objetivo do bem comum da *pólis*, apontado por Aristóteles como a “sociedade política por excelência”, faz ressalvas quanto à dissolução dos interesses privados na esfera pública da cidade-estado, como ressalta Silva (2012, p. 28) ao pontuar que ela “detectou que não é o simples fato de viver em comunidade que leva o homem a pôr tudo em comum e abrir mão de sua condição individual para aplicar-se aos assuntos referentes à cidade”. Com isso, ressalta que mesmo na *pólis* os cidadãos conviviam com divergências de opiniões e posições políticas, mas a unidade provinha do comum interesse de uma vida justa e ideal, segundo os moldes gregos, pois, de acordo com o próprio Aristóteles, “pior quando vive isolado, sem leis e sem justiça” (ARISTÓTELES, 2009, p. 17).

Nesse contexto da antiguidade clássica, o conceito de vida pública se firma como os assuntos de interesse da coletividade e que não podem ser debatidos e resolvidos no âmbito das particularidades da vida privada. Portanto, como defende Arendt, o que é público pode ser visto e escutado por todos com a maior publicidade possível.

## 2.2 Rupturas na Idade Média e no Absolutismo

A herança dos conceitos de *publicus* e *privatus* herdados da Antiguidade Clássica desaparece diante do poder concentrado nas catedrais da Igreja Católica e nos castelos dos senhores feudais e dos monarcas, no período de aproximadamente mil anos denominado de Idade Média (séculos V ao XV d.C.). Durante esse longo período, a terra determinava o papel social de cada indivíduo, desde o nascimento até a morte. Existiam apenas duas possibilidades no feudalismo: ser senhor (rei, nobre ou alto clero) ou servo - camponeses presos à terra por uma série de obrigações devidas ao senhor; entre elas não deixar a terra sem permissão.

Detentor legal das terras e “dono” da vida dos camponeses, o senhor feudal era a única fonte das decisões administrativas e determinava as regras sociais de comportamento e de convívio. Não existia a institucionalização de qualquer instância ou mecanismo de discussão dos assuntos do feudo. Sua ordem deveria apenas ser cumprida, sem qualquer possibilidade de discussão. Não havia o que hoje entendemos como sociedade civil.

Para Habermas, a representação pública medieval estava imediatamente vinculada à existência do senhor. Não havia uma noção do poder público. A legitimidade do governo era dada pelos atributos pessoais derivados da propriedade da terra ou da linhagem aristocrática (HASWANI, 2013, p. 13).

Habermas (2014, p. 101) é enfático ao afirmar a impossibilidade de demonstrar, com base em critérios institucionais, a existência de uma esfera pública na sociedade feudal da Alta Idade Média, “uma esfera pública como um domínio próprio e separado da esfera privada. [...] o *status* do senhor feudal, em qualquer um dos seus níveis, é neutro em relação aos critérios público e privado”. Porém, ele admite a existência de uma “esfera pública representativa” inerente a representação pública dos nobres e alto clero diante dos camponeses a partir da criação e adoção de um código de comportamento que incluía atributos pessoais dos senhores, como insígnias, hábitos, gestos e retórica. São atributos públicos da dominação, como um tipo de status e não como um domínio social público, uma espécie de “esfera da publicidade”. Nesse sentido, Habermas ressalta que o desdobramento da esfera pública representativa possuía um objetivo claro: tornar visível um ser invisível por meio da pessoa do senhor publicamente presente.

Essa ausência de uma categoria efetiva e autônoma do público no feudalismo se mantém firme até o final do século XV, quando o apoio da crescente burguesia aos reis - contra a descentralização do poder exercido pelos nobres senhores feudais - provoca uma

série de guerras que levam ao surgimento do Estado Moderno, sob o regime político do Absolutismo, marcado pela unificação das terras sob um idioma, moeda, leis, impostos e religião. E, principalmente, a subordinação à vontade do Rei. O monarca que determinava as relações comerciais, os costumes sociais, as manifestações culturais e o culto religioso.

Segundo Cruz (2007), as novas relações sociais pós Idade Média e início da mobilização da burguesia no sentido de participar das decisões políticas evidenciam que essa transição foi longa e à custa de muito sangue em inúmeras batalhas. A nobreza de origem feudal não aceitou pacificamente perder o poder de governo nas suas terras para um governo central personificado na figura de um único homem, o Rei, com poderes ilimitados no regime absolutista. Além da guerra, os reis negociaram com os antigos senhores feudais títulos, cargos e presentes. Aos súditos só restava obedecer.

O exercício do poder pelo chefe de Estado se dá através da imposição de normas (leis) que definem o comportamento do súdito e do cidadão. Estabelecem-se, então, relações coercitivas entre o rei e o súdito, ou entre o ministro e o cidadão. Como consequência, o espaço público deixa de ser a arena onde se dão as relações entre iguais, como na *pólis* grega, e passa a ser o espaço onde ocorrem as relações entre desiguais. O espaço onde o governo “impõe” regulações aos governados (CRUZ, 2009, p.9).

O Estado Moderno Absolutista, apoiado pelo mercantilismo exercido pelos emergentes burgueses que necessitavam de um poder único para negociar impostos e favores, encontrou legitimação em diversos pensadores na época. Entre os mais célebres estão Thomas Hobbes, Jean Bodin e Bossuet. Em suas obras, eles defendiam a existência do poder absoluto do Estado exercido pelo rei. Um poder acima de todas as outras instâncias. A teoria política do absolutismo ainda gerou a doutrina da soberania do Estado descrita por Jean Bodin (1530 - 1596). É daí a origem da ideia que os reis foram escolhidos por Deus para governar, portanto, só podem ser retirados do poder por força divina, perpetuando, assim, a tradição secular da linhagem das famílias reais.

Paralelamente à consolidação desse onipresente Estado-nação, Bobbio (1992, apud Cruz, 2009, p.12) chama atenção para a sedimentação da burguesia enquanto indivíduos (comerciantes) unidos por interesses particulares comuns e ávidos para transformá-los em assuntos de interesse público. Enquanto as relações do Estado com a sociedade são sedimentadas na construção, aplicação e fiscalização das leis, no âmbito das relações comerciais o instrumento é o contrato. “Esta é forma típica com que os indivíduos singulares regulam suas relações no estado da natureza, isto é, no estado onde não existe ainda o poder

público” (BOBBIO,1992, apud CRUZ, 2009, p.7). Nesse contexto, explica Cruz (2009, p.12), a sociedade de mercado seria a sociedade dos iguais, uma vez que o contrato só existe com a concordância de todas as partes, “é agora a sociedade dos iguais, a sociedade de mercado, em última instância, a esfera Privada”. O autor ainda ressalta que os conceitos e a dicotomia de bens públicos e bens privados nascem nesse momento histórico de transformações das relações econômicas e sociais.

Quando tem início a polarização que antecede a luta da burguesia para firma-se como alternativa à ordem vigente, lentamente essa visão de público esmaece, dando lugar, no final do século XVIII, à divisão em elementos públicos e privados por parte das autoridades feudais – a Igreja, os príncipes e a nobreza (Haswani, 2013, p. 13).

A vitória das Revoluções Burguesas, que teve como marco a Revolução Francesa (1789), significou a ruptura da forma de governo autoritária do antigo regime Absolutista. Os conceitos e práticas do que é privado e do que é público, nessa nova ordem social, sofrem novas transformações e começam a se firmar como categorias autônomas entre si – sendo preciso ressaltar que essa delimitação não é estática e passível de hibridismos.

Na nova ordem política, econômica e social da Europa do século XVIII se firmam conceitos como o de que **público** passa a ser o Estado, revestido de uma existência objetiva em relação à pessoa que governa, o privado como sem função pública ou oficial, de onde se desenvolve o conceito de **sociedade civil**; e **esfera pública**, “concepção da lavra de Habermans, em que indivíduos privados se reúnem para discutir questões de interesse público e são capazes de construir e sustentar uma discussão política de caráter público” (HASWANI, 2013, p.33).

Em sentido amplo, é possível afirmar que a vitória da revolução burguesa carrega a ideia da participação política e da efetivação da relação entre Estado e a sociedade, inexistentes no feudalismo e no absolutismo. Vencidas as guerras no campo de batalha, os ex-súditos estão dispostos a se transformarem em cidadãos e reivindicam um espaço legítimo para participação nas decisões políticas por meio de diálogo racional e igualitário com os novos governantes. Em última instância uma sociedade de iguais. Como ressalta Haswani (2013, p.33), “firmam-se os objetivos desse novo público de mediar a relação entre Estado e sociedade, fazendo com que o Estado prestasse à sociedade contas do que realizava, por meio da publicidade disponível”.



É nessa nova composição social inaugurada pela revolução liberal que surgem e se proliferam as formulações teóricas do pensador Jean-Jacques Rousseau (1712- 1778), registradas na obra *O Contrato Social*. Ele usa como fio condutor das suas reflexões o conceito do pacto social para delimitar o público do privado e vice-versa. Diante do entusiasmo da Europa perante o fim da onipresença e da onisciência dos monarcas no antigo regime autoritário dos reis absolutistas, Rousseau viveu no “Século das Luzes” e contribuiu para a predominância da razão diante do divino, característica fundamental do movimento iluminista.

Para Eulálio (2010, p. 44), o alicerce da teoria rousseauiana do pacto social é a fundação de uma ordem política legitimada (o Estado ideal) pela troca da liberdade natural do homem pela liberdade civil construída a partir do consenso dos interesses privados em prol da existência perene da sociedade.

[...] o cidadão deve ceder sua liberdade natural para a liberdade convencional. O que o homem perde pelo contrato social é a liberdade natural e ganha a liberdade civil e a propriedade de tudo o que possui [...]. A liberdade civil é apenas limitada pela vontade geral” (EULÁLIO, 2010, p. 48).

Ele ainda pontua que apenas o ato de associação, através do pacto social, possibilita a existência de um corpo moral e coletivo, tendo no Estado o senhor de todos os bens e base para todos os direitos. E que, nesse contexto, se encerra um compromisso recíproco do público com os particulares (privado). O Estado seria, dessa forma, o espaço legítimo de intermediação dos interesses divergentes (público e privado). O alcance no bem-estar na sociedade só é possível através da soberania da vontade geral diante da soma de vontades e interesses privados.

[...] cada indivíduo, contratado, por assim dizer, consigo mesmo, acha-se comprometido numa dupla relação, a saber: como membro do Estado em face dos particulares e como membro do Estado em face do soberano. [...] sendo todos os cidadãos iguais pelo contrato social, todos podem prescrever o que todos devem fazer, enquanto nenhum tem o direito de exigir que o outro faça o que ele mesmo não faz [...]. E o tipo de governo que garanta essa vontade geral é a democracia (ROUSSEAU, 2006, p.11, apud EULÁLIO, 2009, p. 45).

A obrigação do Estado para com a comunidade política, reafirma Eulálio (2009, p.48) a partir do estudo das formulações teóricas de Rousseau, está justamente na garantia de

preservar a liberdade pública-política pactuada (e não a natural, na qual prevalecem os interesses privados), “cabendo ao conjunto de cidadãos (corpo político) preservar a liberdade convencional. A convenção representa a base de toda autoridade legítima entre os homens e de que as relações jurídicas de caráter público se originam de interesses particulares (privados)”.

A partir da revolução liberal, portanto, a ideia de **público** assume o sentido que vigora até hoje no senso comum: a de que a noção de público está intimamente ligada à concepção de Estado e do exercício da sua autoridade, chegando até serem confundidos e considerados sinônimos. Porém, na complexidade das relações sociais da contemporaneidade, a divisão entre **público** e **privado** se transforma numa intrincada teia social na qual é cada vez mais difícil identificar e separar as ações e diálogos dos atores sociais diante dos contextos políticos, econômicos, sociais, culturais e midiáticos (HASWANI, 2013, p.42).

O estudo dessa nova esfera pública tem sido matéria-prima para inúmeros pensadores contemporâneos, como Carl Schmitt, Norberto Bobbio, Claude Lefort e Niklas Luhmann e Hanna Arent. Apesar das contribuições valorosas deles, neste trabalho iremos adentrar nas formulações de Jürgen Habermas, com enfoque na importância da função dos meios de comunicação no arcabouço teórico formulado na obra *Mudança Estrutural da Esfera Pública*. A decisão de seguir a trilha proposta por Habermas também se ampara no entendimento de que ele atribui aos meios de comunicação papel central na interlocução entre sociedade e Estado, se transformando, assim, no caminho mais sedimentado para a análise da concepção de comunicação pública praticada na TVE, emissora criada, administrada e financiada pelo governo do Estado de Alagoas.

### **2.3 Habermas e o impacto da mídia na esfera pública**

Habermas, ao contrário de Arent – que se apoia no modelo aristotélico de pensar o público e privado, anuncia a dissolução dessas categorias e trabalha com a concepção de esfera social, centra sua análise na esfera pública burguesa, “atrelada à expansão do modo capitalista financeiro e mercantil e com o desenvolvimento de novos meios de troca e informação, como o correio e a imprensa” (CARVALHO, 2008, p. 44).

A esfera pública proposta no pensamento habermasiano, para se configurar como categoria autônoma, só pode existir se estiver alicerçada na garantia da participação e do debate. Nesse sentido, o espaço público é o espaço democrático. E as decisões políticas que afetam a todos ou a um segmento específico da sociedade são tomadas com o envolvimento

dos interessados em participar do planejamento e da implementação das ações de caráter coletivo.

É uma nova esfera pública, não passiva, em que os sujeitos-alvos de uma norma – seja ela política ou social – podem não só adotar uma posição prática como também avaliar essa norma. A democratização nas sociedades contemporâneas pode ser vista como o aumento e o crescimento de espaços públicos autônomos entre participantes (BENHABIB, 1996, p. 73).

Nesse novo panorama social, com a indústria cultural em cena, a participação no debate político (público) alcança outras dimensões e podem ocorrer, também, no âmbito social e cultural. Participar dos protestos contra a corrupção ou preservação de uma área verde são atos tão políticos-públicos quanto se manifestar contrário a propagandas que exibem imagens e mensagens pejorativas e estereotipadas de certos grupos sociais.

Para Habermas (2014), a extensão dos atores sociais envolvidos e participativos na complexa esfera pública dos tempos atuais não poderia se estabelecer como um espaço público homogêneo e igualitário. Ele expõe que ao entrarem em uma argumentação, os participantes não podem deixar de supor mutuamente o cumprimento adequado das condições ideais da fala. E, no entanto, sabem que o discurso nunca está definitivamente ‘purificado’ de motivos ocultos e de pressões sobre a ação. Segundo Vieira (2001, p. 28), o modelo habermasiano é solo fértil para a atividade política, com afluência, concentração e abundância dos processos comunicativos da sociedade civil, uma vez que “tem ampliado o âmbito desse exercício participativo (público)”.

Partindo dessa perspectiva do pensamento habermasiano da ação comunicativa dentro da esfera pública, adotamos o enfoque que coloca os meios de comunicação de massa como atores sociais e políticos e na centralidade da composição do espaço público, uma vez que são responsáveis pela formação ou manipulação da opinião da sociedade contemporânea, na qual a produção e transmissão de informação e conteúdo simbólico afetam diretamente o cotidiano; característica ainda mais acentuada com o surgimento e consolidação de novas formas de tecnologia de mídia como a internet.

Benhabib (1996, p. 84), por exemplo, é enfática ao apontar que a mídia, em muitas democracias ocidentais, esfarelou o sentido da esfera pública de legitimação participativa e, portanto, democrática. As grandes corporações empresariais de comunicação e as organizações políticas empresarias como *lobby*, transformaram o cidadão autônomo - dono da capacidade de formular julgamentos racionais e transformá-los em ação participativa – em

meros consumidores apáticos das imagens e discursos transmitidos por grandes redes que se orientam apenas pela busca do lucro, impondo a predominância dos interesses privados na esfera privada. “Esse empobrecimento da vida pública é acompanhado pelo crescimento da sociedade de vigilância e voyeurismo, de Foucault, por um lado, e da colonização do mundo da vida, de Habermas, por outro” (BENHABIBB, 1996, p. 87).

Habermas (2014, p. 400) enfatiza a passagem da imprensa de um espaço de opinião, como uma instituição do público para uma empresa, um negócio que se investe para obter lucro. “[...] o jornal funciona agora baseado no novo estágio da grande empresa do alto capitalismo”. Essa comercialização dos meios de comunicação, iniciada na primeira metade do XIX toma proporções inimagináveis com o processo de globalização não só da economia, mas também dos aspectos sociais e culturais. O avanço tecnológico, com ênfase no surgimento da internet, possibilitou a imensa ampliação do privado no público. É o movimento que Habermas (2014, p. 405) chama de “homogeneização organizacional e o entrelaçamento econômico da imprensa”.

Diante da força ameaçadora do capital na detenção do comando dos meios de comunicação de massa e da interferência direta no modo de produção da informação e do conteúdo simbólico, muitos países europeus decidiram aplicar o controle estatal. Ou seja, a regulação e orientação da produção seriam guiadas pelo interesse público, personificado, em tese, no Estado. Nas palavras de Habermas (2014, p. 406), transformando “as instituições de um público de pessoas privadas em institutos públicos. [...] de outro modo, sua função jornalística não poderia ter sido suficientemente protegida da função capitalista privada”.

Uma boa síntese do hibridismo do público e do privado no que concerne ao papel dos meios de comunicação de massa nos últimos séculos é dada por Habermas (2014, p. 408):

No percurso que vai do jornalismo de pessoas privadas que escrevem aos serviços públicos dos meios de comunicação de massa, a esfera pública modifica-se por meio do influxo de interesses privados, que nela conseguem se representar de modo privilegiado [...]. A separação entre esfera pública e esfera privada implicava que a concorrência de interesses privados tinha de ser fundamentalmente regulada pelo mercado e mantida fora da disputa pública de opiniões. Mas, na medida em que a esfera pública é monopolizada pela propaganda comercial, as pessoas privadas como proprietários privados passam a atuar imediatamente sobre as pessoas privadas como público [...].

É preciso ressaltar que esse fenômeno da interferência estatal no controle dos meios de comunicação de massa não se efetivou no Brasil, mesmo sendo o Poder Executivo o detentor

e fiscalizador das outorgas de canais de rádio e TV concedidas à iniciativa privada. Desde a época da Era do Rádio, no primeiro governo do presidente Getúlio Vargas, na década de 1930, até os dias atuais, o que se registra é uma turva e danosa relação entre os agentes políticos que operam no Estado e os empresários da comunicação, gerando grandes impérios de comunicação (rádio, TV, jornal, portais de notícias, editoras etc.) nas mãos do capital privado, que se perpetua no controle da informação e conteúdo simbólico transmitidos aos brasileiros.

Para Bolaño (2007), a política audiovisual brasileira, tal como aparece, plasmada na legislação, retrata a estrutura hegemônica do setor, tal como foi constituída pela dinâmica das lutas entre os atores relevantes no início dos anos 60 e, sobretudo, a partir de 1964.

A manutenção, em essência, do sistema de poder no campo da comunicação no Brasil, sem qualquer alteração significativa desde os idos do general presidente Castelo Branco, levanta, no mínimo, suspeita sobre a efetividade da nossa tradição democrática. Tanto mais quanto se observa que os mecanismos agentes mantêm a hegemonia nos setores de radiodifusão há quarenta anos, apoiados num sistema de concessões e alianças regionais em que parcela considerável da classe política nacional tem interesse direto na operação de emissoras de rádio e televisão (BOLAÑO, 2007, p. 61).

Apenas em 2007, através de projeto de lei, o governo federal fundou a Empresa Brasil de Comunicação (EBC), numa iniciativa inédita de criar mecanismos legais para produção de informação e conteúdo simbólico sem a dependência do capital privado e da publicidade. Porém, o funcionamento da EBC está atrelado exclusivamente ao investimento estatal e sua gestão varia de acordo com as intencionalidades dos atores políticos de cada governo.

## **2.4 Significados e práticas da comunicação pública**

Quando a comunicação é pública? A resposta à pergunta proposta pode não existir em caráter definitivo ou se multiplicar a partir do lugar de onde se fala. O único consenso no extenso e intrincado campo da comunicação pública é a certeza de um conceito em processo de construção, principalmente porque a expressão **comunicação pública** se metamorfoseia de acordo com o país, o autor e o contexto em que é utilizada. Dessa forma, assume múltiplos significados, quase sempre conflitantes entre si.

Outro ponto já consolidado entre os pesquisadores: o exercício da comunicação pública está intimamente ligado a categorias como Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público. É a partir do contexto e das formas de interlocução dessas instâncias sociais que a

comunicação pública assume características específicas. A teoria social da mídia proposta por Thompson (1998) privilegia a comunicação como parte integral de – e que não pode ser entendida sem – contextos sociais mais amplos da vida social.

[...] é também importante enfatizar que a comunicação mediada é sempre um fenômeno social contextualizado: é sempre implantada em contextos sociais que se estruturam de diversas maneiras e que, por sua vez, produzem impacto na comunicação que ocorre. Mais uma vez, é fácil perder de vista este aspecto. Uma vez que a comunicação é geralmente “fixada” num substrato material de algum tipo -palavras inscritas em papel, por exemplo, ou imagens gravadas em películas – é fácil focalizar o conteúdo simbólico das mensagens da mídia e ignorar a complexa mobilização das condições sociais que subjazem à produção e circulação destas mensagens (THOMPSON, 1998, p. 20).

Essa teia da vida social se desenvolve em contextos sociais estruturados e dentro de um conjunto de circunstâncias previamente dadas que Bourdieu (2011) conceitua como “campos de interação”. Partindo de Bourdieu, Thompson (1998) ressalta que os indivíduos se posicionam nesse campo de acordo com a quantidade de recursos disponíveis e constituem, dessa forma, as relações de poder.

Nessa perspectiva, o conceito de **poder** elaborado por Foucault (2014, p.23) é balizador uma vez que retira a centralidade do poder do Estado e propõe a multiplicidade de poderes articulados em múltiplas direções, onde há independência e autonomia entre as partes.

O que faz com que o poder se mantenha e que seja aceito é simplesmente que ele não pese só como uma força que diz não, mas o fato de que ele permeia, produz coisas, induz ao prazer, forma saber, produz discurso. Deve-se considerá-lo com uma rede produtiva que atravessa todo o corpo social muito mais do que uma instância negativa que tem por função reprimir (FOUCAULT, 2014, p. 40).

A capacidade de interlocução utilizando os “meios de informação e comunicação” fazem com que os indivíduos estejam continuamente recebendo, (re) interpretando, produzindo e transmitindo informações e conteúdo simbólico, que levam à realização de ações com potencial de alterar acontecimentos. Para Thompson (1998, p. 24), “as ações simbólicas podem provocar reações, liderar respostas de determinado teor, sugerir caminhos e

decisões, induzir a crer e descreer, apoiar os negócios do estado ou sublevar as massas em revoltas coletivas”

Numa visão otimista da capacidade crítica do receptor em determinados contextos sociais, Breton e Proulx (2002) evidenciam o papel ativo do receptor ao transformar o significado das mensagens recebidas a partir de parâmetros simbólicos que lhe são particulares, ou seja, dos seus conhecimentos e interesses. Nas palavras deles:

A mensagem é assim recomposta no contexto de uma percepção dinâmica [...]. Em uma perspectiva otimista, podemos deduzir que ao preço de certas deformações ou reduções, a mensagem ganha no final das contas em amplificação e transforma o debate privado em debate político, de massa [...] (BRETON e PROULX, 2002, p. 227).

Diante das possibilidades de realização da comunicação de massa e as variantes dos interesses envolvidos no processo de produção, emissão, (re)interpretação e (re)transmissão das mensagens, se faz necessário situar a comunicação chamada de **pública** e apontar suas especificidades. Duarte (2012) evidencia um caminho consistente para seguir no complexo percurso conceitual da comunicação pública. Para ele, não é possível discutir comunicação pública sem cumprir as seguintes exigências:

(a) compromisso em privilegiar o interesse do público em relação ao interesse individual ou corporativo; (b) centralizar o processo no cidadão; c) tratar comunicação como um processo mais amplo do que informação; (d) adaptação dos instrumentos às necessidades, possibilidades e interesse dos públicos; (e) assumir a complexidade da comunicação, tratando-a como um todo *uno* (DUARTE, 2012, p.59).

Outro esforço valoroso nesse sentido foi dado durante o III Seminário Internacional Latino-Americano de Pesquisas em Comunicação Pública, realizado em março de 2005 na cidade de São Paulo (SP). Ao término dos debates, foram elencados princípios da comunicação pública, dentre eles Monteiro (2012, p 34-35) ressalta:

[...] o direito do cidadão à informação, como base para o exercício da cidadania; o dever do Estado de informar, zelando pelo conteúdo informativo, educativo e de orientação social daquilo que divulga; a comunicação pública como instrumento de diálogo, interatividade e envolvimento do cidadão nas políticas públicas e não como instrumento de promoção pessoal dos agentes públicos; a importância da qualidade na comunicação dos serviços públicos e dos valores da ética, transparência e verdade.

Os esforços dos investigadores que atuam no campo da comunicação pública desde a década de 1980 são no sentido de identificar suas singularidades e verificar se possui a consistência necessária para ser considerada uma dimensão diferenciada de outras práticas de comunicação, em especial a comunicação de interesse privado, que enxerga o receptor apenas como audiência alienada e potencial consumidor dos anúncios publicitários. Outra questão importante ao explorar esse território é desvendar como a sociedade civil se apropria dos mecanismos da comunicação pública no sentido de dialogar com os governos e se posicionar diante das questões que integram a agenda pública.

Em todas as direções propostas, a relação Estado-sociedade civil está presente e se constitui como elemento norteador para entender o conceito e as práticas da comunicação pública no Brasil. Brandão (2003) entende a comunicação pública como aquela que “se instaura entre Estado, o Governo e a Sociedade” e se firma como importante e privilegiado espaço de diálogo e negociações de interesses dos mais diversos e das distintas “instâncias de poder constitutivas da vida do país”.

Matos (2003) enxerga a comunicação pública como “processo de comunicação instaurado em uma esfera pública que engloba Estado, governo e sociedade, um espaço de debate, negociação e tomada de decisões relativas à vida pública do país”. Já Silva (2003, p. 36) observa, no entanto, que no binômio Estado-Sociedade Civil da comunicação pública também estão incluídos os movimentos sociais, organizações do terceiro setor e algumas empresas privadas cujas ações sociais transcendem os limites dos negócios privados, “para alcançar tanto os cidadãos mais diretamente ligados a essas empresas e organizações quanto os diversos segmentos da sociedade atingidos pela sua oferta de produtos, bens e serviços, com os quais mantêm o compromisso da responsabilidade social”.

Diante dessa multiplicidade da matriz da comunicação pública, Duarte (2012) propõe uma diferenciação de efeito didático, agrupando-os nas seguintes categorias:

- a) **institucionais**: referentes ao papel, políticas, responsabilidades e funcionamento das organizações. Em geral são ligadas à projeção da imagem e à consolidação da identidade;
- b) **de gestão**: relativas ao processo decisório e da ação dos agentes que atuam em temas de interesse público. Incluem discursos, relatos de intenções, motivações, prioridades e objetivos dos agentes;



- c) **de utilidade pública:** sobre temas relacionados ao dia-a-dia das pessoas, geralmente serviços e orientações. Buscam informar, mobilizar, prevenir ou alertar a população ou setores específicos dela para temas do seu interesse. Informações legais, horários de eventos, campanhas de vacinação, sinalização, causas sociais, sobre dados, direitos, produtos e serviços à disposição do interessado e seu uso são exemplos típicos;
- d) **de interesse privado:** as que dizem respeito exclusivamente ao cidadão, empresa ou instituição. Exemplos: dados de Imposto de Renda, cadastros bancários.
- e) **mercadológicos:** referem-se a produtos e serviços que participam de concorrência no mercado;
- f) **de prestação de contas:** dizem respeito à explicação sobre decisões políticas e de uso de recursos públicos, viabilizando o conhecimento, a avaliação e a fiscalização;
- g) **dados públicos:** aqueles de controle do Estado que dizem respeito ao conjunto da sociedade e a seu funcionamento. Exemplos: estatísticas, jurisprudência, documentos históricos, legislação e normas.

No panorama exposto a partir do modelo classificador de Duarte, é possível perceber que a ênfase da comunicação pública não está no emissor, mas nas intencionalidades da mensagem e no público-alvo. Dessa forma, o que se constata é que o interesse público da mensagem deva estar à frente do interesse particular, seja no âmbito dos negócios ou da política. Pensadores da comunicação pública como Monteiro (2012a) reafirmam essa natureza coletiva e duradoura das informações do campo público. Ou seja, os seus resultados práticos só podem ocorrer a longo prazo, uma vez que o objetivo da comunicação pública não se encerra no simples processo de relatar fatos para assimilação rápida e apática por parte do receptor, mas, exclusivamente, com o objetivo de qualificar o cidadão para exercer seu poder de voz, de voto e de veto nas questões que dizem respeito à coletividade.

Para o entendimento dessa concepção de interlocuções necessárias à existência de uma comunicação pública autônoma e diferenciada de outras práticas de comunicação, é preciso conceber o espaço público para além das dimensões físicas, abrangendo também as dimensões simbólicas. Wolton (2004, p. 162), afirma que o espaço público simboliza uma democracia em ação, “ou a expressão contraditória das informações, das opiniões, dos interesses e das

ideologias. Constitui o laço político que liga os cidadãos anônimos, dando-lhes a “sensação” de participar efetivamente da política”.

Tal compreensão das funções da comunicação pública enfraquece a ideia predominante, apressada e generalista de ligá-la instantaneamente às ações comunicativas do governo, transformando o público em sinônimo de estatal, visão que prevaleceu durante a época do surgimento dos estados-nação absolutistas e com término marcado pela vitória das revoluções liberais, quando os interesses da esfera privada invadem a esfera pública para discussões e a formulação de consensos. Na atualidade, ainda é abundante os sistemas de comunicação ligados ao poder estatal, como as TV educativas estaduais. Elas perderam a bandeira do público e sofrem com o mando e desmando dos gestores políticos. Nesses casos, tanto o financiamento quanto o modelo de gestão são determinados e geridos pelo Estado.

Ao criticar o pensamento que acredita ser o Estado o único e mais importante ator social na execução de ações para atender o interesse público, Haswani (2011, p. 82) reitera a condição *sine qua non* dos processos de interação dos diversos atores privados e públicos no sentido de ativar e alimentar o diálogo constante entre Estado e os cidadãos para promover um processo de crescimento civil e social. Segundo ela, “[...] nas últimas três décadas esses fundamentos das relações de poder entre Estado e sociedade sofrem transformações significativas, capazes de alterar alguns dos processos consagrados da área”. Continua Haswani:

[...] está em crise à concepção segundo a qual as instituições públicas são as principais promotoras da segurança e do bem-estar social e econômico dos cidadãos, especialmente para os serviços de primeira necessidade (escola, saúde, assistência). O tutor do bem-estar social não é mais apenas o Estado, mas a organização civil, que contempla e favorece a cidadania associativa, o máximo possível competente e autogestionária, no quadro de um Estado social que age como garantidor do complexo dos direitos/deveres do cidadão (HASWANI, 2011, p. 82-83).

Duarte (2012) segue o mesmo entendimento ao colocar a centralidade do processo da comunicação pública no cidadão, através de pilares como a garantia do direito à informação, à expressão, o respeito, às necessidades e características dos indivíduos, o estímulo a participação ativa e ao diálogo – entendido pelo autor como um processo de interação em que os envolvidos assumem o mesmo nível de importância, direito e oportunidades no processo de discussão. Exemplos de mecanismos legais surgidos após a redemocratização do país para a garantia da efetivação dos diálogos entre Estado e sociedade são as consultas públicas, fóruns, conselhos comunitários, que implicam, em certa medida, na redistribuição do poder de

decisão em assuntos de interesse da coletividade. Portanto, reafirma Duarte, a comunicação pública é um bem e um direito de natureza coletiva, envolvendo tudo o que diga respeito a “aparato estatal, ações governamentais, partidos políticos, movimentos sociais, empresas públicas, terceiro setor e, até mesmo, em certas circunstâncias, às empresas privadas”.

E continua Duarte, ainda mais incisivo:

Praticar comunicação pública implica assumir espírito público e privilegiar o interesse coletivo em detrimento de perspectivas pessoais e corporativas [...]. A ideia é julgada às vezes ingênua ou utópica por detentores momentâneos do poder para quem comunicação, ainda e infelizmente, é considerada apenas um tipo de concessão paternalista, de angariar apoio. Instrumento de persuasão, manipulação e sedução, para disputa ou manutenção do poder [...]. Para o profissional, o desafio é lidar com um tema cujo objetivo estratégico muitas vezes está mais relacionado a atender os anseios do corpo dirigente do que ao interesse do público (DUARTE, 2012, p. 61).

A comunicação pública, nessa perspectiva, não estaria mais restrita à garantia do direito à informação, mas ao acesso a mecanismos para participação ativa nas decisões sobre o tipo de informação que está sendo produzida e disseminada. A senha para ter acesso à efetivação dessa comunicação pública plena é buscada por um número cada vez maior e diversificado de atores sociais, uma vez que entendem o poder da comunicação nos dias atuais, pois está presente em todos os espaços e penetra em todos os interstícios da vida.

Todos reconhecem a sobreposição da comunicação de massa à família e à escola na estruturação de valores, hábitos, códigos e consenso não só de cada sociedade, mas na sociedade global. Kucinski (2012, apud GUARESCHI p. xii), evidencia que “na política, a mídia passou a exercer funções na esfera pública antes exclusivas de partidos políticos [...]. Entre elas a de definir a agenda pública e a de canalizar demandas da população”.

Entretanto, o conceito e a prática da comunicação pública, como já evidenciamos antes, se transforma de acordo com o contexto social de cada sociedade através de variáveis como sistemas político e jurídico, modelo econômico, organização da sociedade civil e aspectos culturais. Essas metamorfoses podem ser observadas na breve síntese que faremos no próximo capítulo sobre as experiências dos sistemas públicos de comunicação na Alemanha, Canadá, Estados Unidos, Espanha, França, Reino Unido, Portugal, Colômbia, Venezuela e Brasil.

Investigar e montar um resumido panorama do funcionamento do sistema público de comunicação em Alagoas também se faz necessário no sentido de melhor compreender e analisar a inserção e produção de informação e conteúdo simbólico da TV Educativa.

### **3. FORMATOS E EXPERIÊNCIAS DE SISTEMAS DE COMUNICAÇÃO PÚBLICA**

*Em seu artigo 223, a Carta Magna estabelece que a concessão das outorgas deveria observar a complementaridade dos sistemas públicos. Criou-se aí a ideia de um sistema público, diferenciado tanto do privado quanto do estatal. (Jonas Valente, 2002)*

### **3.1 Concepções e abordagens**

O fenômeno do surgimento dos sistemas públicos de comunicação em diversos países no mundo não é novo. O primeiro e mais sólido é a British Broadcasting Corporation (Corporação Britânica de Radiodifusão, mais conhecida pela sigla BBC), fundada em 1922 e prestes a completar 100 anos de atividade ininterrupta. Sua estrutura jurídica, administrativa, financeira e editorial continua sendo referência para governos e sociedade civil quando unem esforços para criação de emissoras de rádio, televisão e agências de notícias com a intenção de produzir conteúdo diferenciado dos sistemas privados (comerciais) de comunicação.

No Brasil, apenas em 2007 o governo federal, durante a gestão do então presidente Luiz Inácio Lula da Silva, criou a Empresa Brasil de Comunicação (EBC), numa tentativa de implantar um sistema público de comunicação de caráter nacional e em constante diálogo com as emissoras educativas, universitárias e comunitárias espalhadas pelo país. O caso brasileiro das práticas da comunicação pública é complexo e merecedor de aprofundamento, o que faremos ainda neste capítulo.

Como ressaltamos, o sentido e a dimensão da *práxis* da comunicação pública é resultado do contexto social de cada nação e varia de acordo com o posicionamento dos agentes políticos e dos atores sociais. Num amplo estudo da comunicação pública em diversos países de continentes diferentes, Valente (2009, p. 25) observa que “a riqueza de sistemas públicos de comunicação no mundo é acompanhada pela diversidade de definições, caracterizações e abordagens. [...] sendo necessário estabelecer balizamento conceitual que jogue luz sobre as noções de mídia pública existentes”.

Nesse sentido, adotaremos quatro concepções apontadas por Valente num esforço conceitual de agrupar as principais características de práticas diferenciadas da comunicação pública em espaços e momentos históricos diferentes. Esse caminho proposto nos ajudará a contextualizar as experiências brasileiras - com ênfase nos sistemas públicos de comunicação

em Alagoas –, identificando e analisando seus princípios e diretrizes; sempre tendo como aspecto norteador as diferenças marcantes entre o **público** e o **privado**.

Durante o percurso teórico, Valente (2009, p. 27) ressalta a interseção entre os postulados de práticas diferentes dos sistemas de comunicação pública. Ou seja, há abordagens que combinam características presentes em outras ou trazem características semelhantes. Ele explica que “o critério de apresentação das correntes baseou-se na compreensão de que cada uma destaca um aspecto-chave em detrimento de outros que define a mídia pública e a difere das outras modalidades de comunicação”.

### 3.1.1 Elitista

A abordagem elitista se consolidou na segunda metade do século XX nas emissoras de rádio, o único meio eletrônico de comunicação de massa na época, e partia do pressuposto de que o conteúdo transmitido para a população deveria ser pensando e definido a partir dos conceitos e preferências da elite financeira e intelectual da sociedade, sob o argumento de que o povo não sabe o que quer e aquilo de que precisa, como costumava afirmar John Reith, o primeiro diretor-geral da BBC:

É normalmente indicado a nós que estamos aparentemente direcionando ao público o que pensamos que ele precisa, e não o que ele quer, mas poucos sabem o que querem, e menos ainda sabem aquilo que precisam. Como nós a concebemos [a radiodifusão pública], a nossa responsabilidade é atingir o maior número possível de lares, levando tudo que há de melhor em cada área de empenho, realização e conhecimento humano e evitar as coisas que são, ou podem ser, nocivas (REITH, 1997, p. 34 apud VALENTE, 2009, p. 28).

Como é possível perceber, o Reino Unido, durante várias décadas, foi território fértil para essa concepção elitista devido, apontam os historiadores, ao próprio processo histórico da formação do povo britânico, com forte influência do modo de vida da aristocracia e da marcante presença da família real no imaginário e no cotidiano dos ingleses. A BBC, então, deveria ser o grande farol que iluminaria a ignorância e possibilitaria o acesso aos costumes, aos bens da alta cultura da classe dominante e o conhecimento gerado nos castelos e milenares universidades da Grã-Bretanha. Dessa forma, acreditam os defensores dessa postura da comunicação pública, seria possível transmitir conhecimento o suficiente para emancipar o povo através da vitória da razão; postulado claramente de inspiração iluminista.

Leal Filho, um dos mais expressivos pesquisadores da comunicação pública, sintetiza essa vocação da radiodifusão pública:

Na prática, o rádio e depois a televisão vinham somar-se aos empreendimentos culturais responsáveis por gerar e disseminar a riqueza linguística, espiritual, estética e ética dos povos e nações. Eles se colocavam no mesmo setor da sociedade em que estavam localizadas as universidades, as bibliotecas e os museus, e a população os reconheciam dessa forma, distante da esfera dos negócios ou da política ou grupos (LEAL, 1997, p. 18).

A concepção elitista de administrar o sistema público de comunicação não se limitou as ilhas do Reino Unido; também foi adotada, no primeiro momento das transmissões, em outros países da Europa, como França e Portugal. Em todos os casos, a missão era usar os meios de comunicação de massa como ferramenta de socialização de conhecimentos e entregar diariamente na casa dos cidadãos a riqueza cultural produzida pela elite dominante. No Brasil, o exemplo mais notório dessa condição é a TV Cultura de São Paulo, que nasceu privada em 1960 como uma das empresas do grupo Diários Associados do empresário Assis Chateaubriand. Nove anos depois se torna pública com a criação, pelo governo do Estado de São Paulo, da Fundação Padre Anchieta, entidade pública de direito privado destinada à promoção da cultura e da educação pelo rádio e pela televisão. Durante muitos anos, a cultura erudita se consolidou como carro-chefe da emissora e a distanciou da maioria da população paulista formada por gente de regiões, posição social, econômica e interesses culturais diferentes. Essa atitude se transformou numa marca da TV Cultura, que até hoje é reconhecida nas ruas como a televisão de “gente rica e inteligente”. Essa situação se reflete nos baixos índices de audiência diante das emissoras privadas.

Nos grandes centros urbanos do país também não é raro encontrar emissoras de rádio na frequência FM com programação musical inspirada na abordagem elitista, nas quais a seleção das músicas segue o parâmetro do que se costumou classificar de “música popular brasileira de qualidade”; excluindo qualquer outro ritmo e abrindo nichos para o surgimento das rádios comunitárias, com foco nos estilos de grande alcance não só nas áreas periféricas das cidades, mas também com forte penetração e adesão entre indivíduos da classe economicamente dominante, com sertanejo, forró estilizado e funk.

### 3.1.2 Educativa

Utilizar o sistema público de comunicação como extensão da sala de aula na formação da população e qualificar mão de obra para atender a intensa atividade industrial na segunda metade do século passado é um dos pilares que justifica o surgimento de dezenas de emissoras de rádio e televisão públicas não só no Brasil, mas em praticamente toda América Latina (VALENTE, 2009, p. 28). Sustentada com dinheiro público e sob o julgo dos governos federal e estadual, essa rede, segundo Beltrán (2012, p.91-92), tinha como missão imprescindível massificar a educação, apoiar outros processos educativos e “permitir atingir, como relativa facilidade, as populações que estavam excluídas dos círculos oficiais da educação”.

A televisão ganha *status* e atenção especial devido à combinação de sons e imagens como ferramenta no processo do ensino e da aprendizagem, além da impressionante penetração e aceitação da população do novo meio de comunicação de massa. Essa importância ainda persiste em países como o Brasil. Pesquisa realizada pelo IBGE em 2014 e divulgada em 2015 revela que a televisão estava presente em 97,1% dos 67 milhões de domicílios brasileiros em 2014, um crescimento de 2,9% na comparação com 2013. Gordon (1967, p. 16), afirmava que a televisão educativa poderia torna-se “tão importante para educação como foi a invenção dos tipos móveis para a produção de livros em massa”.

Nos Estados Unidos, a televisão também era enxergada por pesquisadores, gestores públicos e políticos com potencial revolucionário no âmbito da educação. Thomas Clemente, então diretor do Programa de Pesquisas e Disseminação de Meios de Serviço de Educação dos Estados Unidos era um deles. Ele enumera os motivos de tanto entusiasmo:

1) a televisão se revele capaz de ensinar com eficiência uma larga variedade de matérias a alunos de todos os níveis escolares; 2) está em condições de expandir as oportunidades de educação; 3) não constitui uma panaceia em matéria de educação, pois os professores da sala de aula constituem importante fator no que diz respeito a assegurar-se um máximo de aprendizagem; 4) a aprendizagem pela televisão exige ativa participação dos alunos, bem como um ensino de alto nível (SCHAMM, 1970, p. 112 apud VALENTE, 2009, p. 31).

Tanta euforia recebeu críticas que questionavam o papel quase divino dos sistemas públicos de comunicação no processo educacional. Citando Gilson Amado, primeiro diretor do Centro de Fundação Brasileira de TV Educativa, Milanez (2007, p. 97-98) admite as potencialidades pedagógicas da nova mídia, mas não a coloca em primeiro plano. Segundo

ele, a televisão jamais poderia substituir as salas de aula, nem concorrer em termos qualitativos com o formato tradicional de educação, mas poderia funcionar “como uma peça motivadora da educação permanente, um elemento de supra-sistemas nas redes culturais do país”.

Burke (1971, p. 141) vai mais além e questiona o próprio processo da educação praticada na época para, num segundo momento, discutir a introdução de novos mecanismos eletrônicos de auxílio à aprendizagem. “Deveríamos nos perguntar como o aluno atingirá o máximo de aprendizagem; qual a relação adequada entre professor e aluno; e como medir os objetivos almejados”.

Paradoxalmente, o caso brasileiro mais famoso e duradouro de programa televisivo fundamentado nessa abordagem educativa foi o Telecurso 2º Grau, criado em 1978 numa parceria entre as fundações Roberto Marinho e Padre Anchieta, mantenedora da TV Cultura. A iniciativa era inédita: uma rede comercial de televisão (Rede Globo) seria usada para divulgar o supletivo. As aulas também eram transmitidas pelo rádio. O público, formado por alunos adultos, pretendia fazer o exame para tirar o certificado do ensino médio. De acordo com a Fundação Roberto Marinho, o Telecurso era exibido por 39 emissoras comerciais filiadas a Rede Globo, além de nove emissoras educativas do país, com a missão de ajudar a solucionar os problemas educacionais da maioria da população, ajudar a construir um país melhor e a formar cidadãos mais preparados para enfrentar os desafios da vida moderna. O programa saiu do ar em novembro de 2014 depois de 35 anos de exibição ininterrupta e migrou para as plataformas digitais das Organizações Globo.

É preciso ressaltar, no entanto, que, diferentemente da iniciativa privada em destinar apenas uma parcela mínima da sua grade a vídeo aulas, toda a programação das TVs educativas é direcionada para produção e transmissão de conteúdos de caráter educativo, cultural e crítico.

### **3.1.3 Interesse público**

O cenário de hegemonia dos meios de comunicação comerciais e a perigosa dependência deles da publicidade para se manter de pé, além da intimidade com os atores políticos, propiciou o aprofundamento da discussão no sentido de criar mecanismos para a criação de serviços de comunicação pública voltados, exclusivamente para atender as diversas necessidades do público, numa clara diferenciação do modelo comercial (preocupado apenas com a lógica da audiência) e da abordagem educativa (produção de material didático audiovisual para ser exibido em grande escala).



Ao afirmar-se negando o modelo comercial, essas emissoras nasciam sob o princípio de colocar em pauta os fatos de interesse público deixados de lado pelas emissoras privadas e que se apresentavam não como fonte de atrair anúncio publicitário (dinheiro), mas fatos de extrema importância para a sociedade. É uma postura que Valente (2009, p. 33) afirma que “no Brasil tal entendimento está na base do que convencionou chama de ‘campo público’, incluindo desde emissoras comunitárias até legislativas com base numa identidade não-comercial”. Eugênio Bucci, um dos mais experientes estudiosos da comunicação pública no Brasil na atualidade, não deixa dúvidas quanto à função e as características das emissoras classificadas como pública.

[...] devem diferenciar-se, recusando-se a competir no mercado e buscando dar visibilidade às expressões francamente minoritárias da cultura e do debate público, que não tem aptidão para se tornar “campeãs de audiência” e não tem vez nas comerciais (BUCCI, 2006, p. 67).

A preocupação com a existência de uma comunicação pública independente da lógica de mercado está na lista de assuntos da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco), que não só reafirma o caráter universal, diversificado e independente dos sistemas públicos de comunicação, como ressalta a característica da distintividade:

Distintividade requer que o serviço oferecido pela radiodifusão se distinga dos demais [...]. Não é apenas uma questão de produzir os tipos de programas que outros serviços não estão interessados em fazer, visando audiências rejeitadas por outros. É uma questão de fazer diferente, sem excluir nenhum gênero. Este princípio deve comandar os radiodifusores públicos a inovar, criar novos gêneros e formatos, dar o exemplo ao mundo audiovisual e estimular outras redes a seguir o exemplo (Unesco, 2000, p.8).

É a partir dessa visão que é fundada em 2007, pelo governo federal, a Empresa Brasil de Comunicação (EBC). Porém, a prática dos princípios do interesse público é limitada devido à dependência do dinheiro público e a submissão dos seus dirigentes a Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República. A condição singular da EBC será aprofundada quando for tratado o modelo brasileiro de sistema de comunicação pública.

### **3.1.4 A serviço dos governantes**

A força institucional do Estado é base dessa concepção de sistema público de comunicação. Nessa perspectiva, rádios, TVs e agências de notícias (internet) se transformam

em aparelhos estatais que existem, exclusivamente, para garantir os interesses do Estado, visto como capitalista e representante oficial dos agentes políticos, que por sua vez defendem o discurso das classes dominantes. Dessa forma, os conteúdos produzidos por sistemas públicos estatais carregam dimensão ideológica como instrumento de dominação simbólica, naturalizando como universal apenas a ideologia particular das forças dominantes da sociedade.

A respeito desse viés assumido pela comunicação pública, Gramsci (1978) pontua que além das ações coercitivas para desacreditar e inibir qualquer iniciativa de contestação da ordem vigente, o Estado dá atenção especial aos meios de comunicação de massa diante do poder de alcance e de persuasão e por entender que precisa deles para fazer a população acreditar no seu papel mediador das tensões sociais e construir consensos que promovam o bem-estar social. Essa estratégia camufla que o aparelho estatal enxerga os interesses da classe dominante como síntese das disputas sociais. Para Valente (2009, p. 41), a comunicação pública, nesse contexto, está a serviço de um Estado alicerçado na “visão ancorada na tradição marxista, que baseia sua conceituação nos traços constitutivos da instituição Estado no capitalismo e de sua função na dinâmica conflitante que permeia o desenvolvimento desse sistema social: a luta de classes”.

O autor enfatiza que para a visão marxista as instituições públicas não podem existir fora do Estado. Ao contrário, são seus aparelhos. Nesse panorama não poderia existir uma mídia pública e outra estatal, mas “uma mídia mais democraticamente controlada no aparelho do Estado, pública, e outra controlada diretamente por um poder da República” (VALENTE, 2009, p. 41). Portales (2002, p. 128-129) exemplifica essa situação:

O estatuto jurídico da televisão pública é o ponto de partida para entender sua missão. Se a geração, o controle e a remoção das autoridades dependem diretamente do chefe do governo, a conduta do meio deverá seguir a conduta do governo de turno; estamos falando, portanto, de uma “televisão governamental”. Caso contrário, se no processo de geração, controle e remoção das autoridades da empresa intervierem órgãos plurais e representativos do Estado, será possível dar autonomia à empresa em relação ao poder e aos interesses imediatos do governo.

É nessa condição de “estatal” que se encontra a maioria dos sistemas públicos de comunicação no Brasil. Dependem exclusivamente dos recursos dos governos estaduais e as nomeações são decididas nos gabinetes dos governadores, muitas vezes depois de negociações com políticos dos partidos da base aliada. É preciso ressaltar, também, que as

TVs e rádios universitárias estão à mercê dos repasses do Ministério da Educação para avançar ou recuar na produção de conteúdo; sem a menor possibilidade jurídica de conseguir financiamento através de venda de espaço publicitário.

Já no campo das TVs e rádios comunitárias, nos últimos anos a presença do dinheiro público e a influência editorial do Estado têm crescido devido à diminuição das organizações civis envolvidas na consolidação de condições técnicas e humanas para a produção de informação e conteúdo simbólico com independência do Estado e da lógica de mercado. Nessa perigosa lacuna já é possível constatar em diversos sistemas de comunicação comunitária tanto publicidades de promoção das ações positivas dos governantes quanto de produtos e serviços oferecidos pelo mercado, cerceando, dessa forma, a plenitude de abordar os fatos a partir apenas do interesse público.

### **3.2 A prática internacional**

Com exceção dos regimes autoritários de governo que exercem controle absoluto sobre os meios de comunicação, a interlocução entre Estado e sociedade civil organizada são os vetores responsáveis pelas diferentes práticas dos sistemas públicos de comunicação. No âmbito da história da comunicação social, o século XX é marcado pela preocupação das democracias contemporâneas em criar instituições com a missão de garantir o protagonismo do interesse público na produção, em escala nacional, de informação e conteúdo simbólico. Essa empreitada tinha duas frentes de batalhas: a) combater a hegemonia das grandes corporações privadas de comunicação, que segue a lógica mercadológica da máxima obtenção de lucro e enxerga o receptor apenas como audiência numérica para atrair anúncios publicitários; b) garantir a diversidade de vozes na discussão midiática através de mensagens com potencial para induzir a reflexão e aos debates.

É justamente nesse contexto que surgem instituições mundialmente conhecidas como a BBC do Reino Unido e a NHK do Japão. Ambas operam fundamentalmente com recursos do público e não do orçamento do governo, e perseguem o objetivo de defender o interesse coletivo, buscando independência em relação a governantes e ao mercado. Pesquisadores como Laurindo Leal Filho e os integrantes do Intervezes (Coletivo Brasil de Comunicação Social) concentraram esforços no sentido de mapear as experiências de vários países na implantação dos seus sistemas públicos de comunicação. São registros valiosos da trajetória, modo de gestão, financiamento e conteúdo de mídias (rádio, TV, agência de notícias, plataforma multimídia etc) que tentam se afirmar independentes diante do bombardeio das

grandes redes privadas de comunicação que ofertam ao público conteúdos de fácil assimilação – tanto no jornalismo quanto no entretenimento, sem possibilidade de contribuir para o senso crítico do cidadão e questionamento da ordem dominante vigente.

Partindo desses estudos, iremos traçar um breve perfil das instituições responsáveis pela materialização da comunicação pública em países como Canadá, Austrália, Portugal, França, Itália e Colômbia. Diante do extenso panorama descrito por Leal Filho e o Intervezes, a seleção dessas nações teve como critério a busca por exemplos que apresentassem características sociais marcantes, como forma de governo, sistemas econômicos, representatividade da sociedade civil nas decisões políticas e aspectos culturais. O caso brasileiro, em especial a recente criação e trajetória da EBC, vai configurar uma seção própria na medida em que o aprofundamento é essencial para contextualizar a TV Educativa de Alagoas (objeto de estudo dessa pesquisa) no cenário da comunicação pública no Brasil. A ausência da britânica BBC e da japonesa NHK se deu devido à grande quantidade de estudos já realizados sobre elas, enquanto as apontadas, apesar de revelarem ricas especificações para análise, raramente são incluídas em análises acadêmicas.

### **3.2.1 Austrália: política multicultural**

Sob o regime de uma monarquia constitucional, a Austrália está entre os 10 países mais socialmente avançados do mundo, segundo a fundação americana The Social Progress Imperative, que lançou recentemente a edição 2016 da pesquisa The Social Progress Index, que busca analisar a capacidade de um país em atender as necessidades básicas da população. Influenciados pela ideologia política social-democrata, os partidos que governam o país acreditam nas intervenções econômicas e sociais do Estado para promover a justiça social num sistema capitalista, com fortes políticas de distribuição de renda e interlocução com diversos setores da sociedade.

Nesse território, a comunicação pública encontrou solo fértil para expandir suas ações e se tornar referência para a população diante do sistema comercial e suas inúmeras empresas privadas. Não à toa, o governo australiano criou duas corporações para produzir e operar conteúdos diferenciados dos ofertados pelas emissoras privadas. A mais antiga é a Australian Broadcasting Corporation (ABC), fundada em 1932 sob a inspiração da já consolidada BBC do Reino Unido e que deveria “ter certo grau de autonomia, financiada por recursos públicos e com a missão de prestar serviço de comunicação ao cidadão de forma independente” (SILVA, S., 2009, p. 64).

Entretanto, a ABC só produzia conteúdo em inglês devido à predominância da cultura anglo-australiana, excluindo milhões de habitantes de origem europeia e do sudeste asiático que permaneceram no país depois da Segunda Guerra Mundial. Essa mudança do perfil demográfico fez o governo criar, em 1975, a segunda corporação de comunicação pública do país: a Special Broadcasting Service (SBS).

[...] essa segunda rede de radiodifusão pública do país nasce com um foco específico: produzir e transmitir conteúdo étnico que refletisse a diversidade cultural da população, valorizando as diferentes origens culturais dos cidadãos que compunham o país (BROWN e ALTHAUS, p. 32 apud SILVA, 2009, p. 65).

Tanto o modelo de gestão quanto o de financiamento da ABC e da SBS estão nas mãos do governador-geral da Austrália, que representa o poder da monarquia britânica do país. Ambas são gerenciadas por um conselho diretor, que elegem o diretor executivo, mas o governo indica sete dos nove conselheiros e pode destituí-los a qualquer momento.

Silva (2009) ressalta a existência de um conselho consultivo, sem poder deliberativo, com função de auxiliar o diretor executivo na manutenção dos propósitos públicos dos conteúdos através de opiniões e reflexões sobre a grande de programação transmitida. O conselho consultivo pode manifestar ou recomendar temas por iniciativa privada ou mediante pedido do conselho diretor.

A presença do governador-geral é ainda mais marcante na SBS, onde ele não só indica a maioria dos conselheiros como determina o presidente e o vice-presidente do conselho diretor, além do diretor executivo, responsável, na prática, pela administração e gerenciamento financeiro da corporação. Segundo as regras, o governador-geral deverá nomear cidadãos com conhecimentos em áreas que envolvam as atividades da SBS e partilhem da compreensão que a Austrália é um país multicultural (SILVA, 2009a).

O dinheiro para assegurar o funcionamento das duas redes vem de fundos governamentais. O orçamento precisa ser aprovado pelo Parlamento australiano e constitui cerca de 80% da receita anual. Tanto a ABC quanto a SBS comercializam serviços e venda de bens, com lojas físicas e virtuais. A ABC é proibida de veicular anúncio de qualquer natureza, enquanto a legislação da SBS é mais flexível e autoriza a venda de espaço para publicidade privada, mas respeitando alguns limites, como evidencia Silva (2009b, p. 73):

[...] somente é permitida propaganda privada no “intervalo natural” entre os programas, devendo a emissora respeitar um limite máximo de até cinco minutos de publicidade para cada hora de programação. Além disso, a SBS julga dos pedidos caso a caso antes de aprová-los e transmiti-los, avaliando se o conteúdo da programação não fere os princípios da corporação.

### **3.2.2 Canadá: inglês, francês e indígena**

O sistema público de comunicação surge como uma espécie de contra-ataque do governo a força das empresas privadas de comunicação, que impunham uma americanização da forma de produzir e distribuir conteúdo, e também à expansão de emissoras dominadas por grupos conversadores e religiosos hostis que estavam se transformando em ameaça ao princípio da diversidade democrática canadense.

O resultado da investida foi a criação, em 1936, da Canadian Broadcasting Corporation (CBC), também denominada em francês de Société Radio-Canada (SRC). Para atender a característica bilíngue do país, a corporação produz conteúdo na língua inglesa e na francesa. Composta por diversas emissoras de rádio e televisão espalhadas pelas regiões do país, o sistema público do Canadá ainda oferece programação em oito línguas indígenas nativas, que abrange às comunidades no norte do Canadá. Silva, (2009c, p. 87) ressalta a vocação multicultural da CBC/SRC ao afirmar que “surgiu como uma corporação autônoma, de interesse público, voltada ao fomento da diversidade, dos valores democráticos e do conteúdo nacional”.

O modelo de gestão é quase idêntico do adotado no sistema público da Austrália. Um conselho diretor, indicado pelo governador-geral, é a instância máxima da corporação e os membros podem ser destituídos a qualquer momento por má conduta. O dinheiro público para o funcionamento da CBC/SRC vem de uma rubrica do orçamento federal e a corporação tem autonomia para gerir os recursos, mas o presidente do conselho diretor é obrigado a prestar conta ao Parlamento das atividades realizadas através de relatórios que registram receitas e despesas, cumprimento das metas e evolução da estrutura do sistema.

O valor dos recursos alocados para a CBC/SRC não está vinculado a um imposto específico fixo: pode oscilar a cada ano, dependendo dos debates em torno da sua aprovação no âmbito parlamentar. Durante a década de 1990, a corporação foi obrigada a fechar escritórios regionais e diminuir drasticamente suas despesas em virtude dos sucessivos cortes no fundo federal. De 2002 a 2007, por exemplo, o fundo governamental oscilou e o aumento real decresceu ligeiramente (SILVA, 2009, p. 91).

Uma segunda fonte de renda do sistema público de comunicação canadense é a realização de negócios próprios, como venda de espaço publicitário, venda de conteúdo sob a logomarca CBC/SRC (DVDs, serviços digitais), venda de conteúdo para outras emissoras e TV por assinatura. Segundo Silva (2009), em 2007, a captação de recursos no mercado chegou a 35,8% da receita; as fontes públicas foram responsáveis por 64,2 %. Apesar de a propaganda ser permitida, ressalta o autor, são seguidos critérios rígidos para a veiculação: a) a veracidade no anúncio (se existe omissão de informação relevante ou induz a conclusão equivocada); b) se o padrão estético da peça publicitária é compatível com os princípios de uma instituição pública; c) a reputação do anunciante; d) e se a mensagem defendida não defende um ponto de vista particular em detrimento do interesse público.

### **3.2.3 Itália: interferência política**

A mistura dos interesses políticos e comerciais, em detrimento ao público, marca a trajetória do sistema público de comunicação italiano, criado em 1954 com a criação da Radiotelevisione Italiana (RAI), que nas próximas décadas passaria por inúmeras alterações na legislação; ora para atender a partidos políticos, ora para abrir as portas para o financiamento privado com a permissão de veiculação de anúncio publicitário sem critérios. Em 1975, por exemplo, foi publicada a RAI Law. A norma oficializou o loteamento dos escritórios regionais da companhia por partidos políticos, que indicavam a direção e os cargos principais. Essa ação política ficou conhecida como “*lottizzazione*” (VALENTE, 2009a, p. 176).

Em 1994, a interferência política na RAI chega ao ápice quando o magnata da comunicação italiana, dono do grupo Mediaset, Silvio Berlusconi, é eleito primeiro-ministro da Itália. Na prática, o empresário e político comandava as duas maiores redes de comunicação do país numa concentração de poder midiático nunca antes experimentado nas democracias contemporâneas. Essa situação perdurou até 2004, quando o governo de centro-esquerda, comandado por Romano, propôs nova lei para as comunicações e adotava medidas para combate do monopólio, reestruturação dos princípios de produção de conteúdo de interesse público e restrições do capital privado dentro da companhia, numa reversão da comercialização promovida durante a gestão de Berlusconi.

O projeto estabelecia que a programação das emissoras públicas deveria voltar a se diferenciar dos outros operadores privados, o percentual de publicidade seria reduzido, o grupo seria preparado para ser um protagonista na mudança tecnológica em curso e sua independência seria reforçada com

mecanismos de impermeabilização às pressões dos governos de plantão (VALENTE, 2009b, p. 178).

A partir das novas mudanças estruturais e jurídicas, a RAI passou a ser administrada apenas pelo Conselho Administrador, composto por nove membros eleitos, dos quais sete indicados pela Comissão Parlamentar de Vigilância da RAI e dois pelo Ministério da Fazenda. A legislação também criou um comitê científico para mensurar a qualidade de programação e a saúde financeira da companhia. Um diretor-geral, indicado pelo conselho de administração, conduz o dia a dia da corporação em suas cinco atividades: televisão, rádio, novas mídias e tecnologia digital, comercial e de *broadcasting*.

Uma das ferramentas de medição dos conteúdos produzidos é a consulta à população, “considerando o valor público da programação ofertada através da verificação das percepções da população. O desempenho econômico é medido por um estudo de monitoramento da reputação da corporação e suas condições de competir e inovar” (VALENTE, 2009c, p. 179).

Quanto ao modelo de financiamento, a RAI é o único sistema público de comunicação no mundo no qual a proporção entre receita governamental e a oriunda de negócios é equilibrada. No relatório apresentado em 2006 ao parlamento, as fontes privadas/comerciais foram equivalentes a 52,6 % de toda receita, enquanto o governo federal foi responsável por 47,4 %. Esse dinheiro vem através de taxa paga pelos cidadãos e outras rubricas orçamentárias do governo federal. De 2005 a 2006, por exemplo, o faturamento da corporação chegou a 3, 144 bilhões de euros graças, principalmente, a venda de espaço e serviços para o capital privado. Para Valente (2009, p. 182), “isso não é necessariamente benéfico, já que torna a corporação bastante dependente do mercado para sobreviver e coloca em risco a soberania do interesse público em detrimento das intenções comerciais da lógica de mercado de grupos particulares”.

### **3.2.4 Colômbia: expressiva influência do Estado**

Durante quase 70 anos, os colombianos só conheceram emissoras de rádio e televisão criadas e mantidas pelo Estado. O consolidado sistema público de comunicação começou a dividir a audiência em 1996, quando o governo federal permitiu a criação da radiodifusão comercial. O monopólio da Radio Televisión Nacional da Colômbia, fundada em 1929, é quebrado, mas até os dias atuais é parte importante na produção de informação e conteúdo simbólico do país. A Constituição de 1991 dividiu o sistema de radiodifusão em três categorias distintas: a comercial, a comunitária e a de interesse público.



Silva (2009), pontua que antes não havia oficialmente emissoras privadas no país. Existiam programadoras privadas que “alugavam” espaços na emissora estatal para transmitir programas, que eram comercializados com publicidade e patrocínio. A expressiva influência do Estado permitiu o surgimento de um sistema público forte com alcance em todo território nacional através da criação de estações regionais de rádio e TV. Uma das características do modelo colombiano é o complexo formato de gerenciamento compartilhado, com participação de organizações da sociedade civil e instituições de caráter público.

Para regular, gerenciar e fiscalizar os meios de comunicação de massa públicos e privados, a Constituição de 1991 criou a Comisión Nacional de Televisión (CNTV). Em 2004, surgiu Radio Televisión Nacional de Colombia (RTVC), órgão estatal responsável exclusivamente pela administração das emissoras 100% de propriedade do Estado, ou seja, que fazem parte do patrimônio do governo federal. As dezenas de rádios e TVs comunitárias (transmissão em circuito fechado de TV) existentes nas pequenas cidades também são consideradas públicas. Elas podem até receber investimento público, mas têm autonomia administrativa e jurídica. O sistema público também abarca os canais universitários, que seguem o modelo de gestão de acordo com as instituições educacionais que estão subordinadas.

A participação de instâncias da sociedade civil organizada é garantida por lei na CNTV, formada por uma junta diretora de cinco membros que presta conta ao Congresso Nacional colombiano. Silva (2009a) explica a composição gestora “da entidade jurídica de direito público, com autonomia administrativa, patrimonial e técnica”:

- a) dois membros nomeados pelo governo federal;
- b) um membro escolhido entre os representantes dos canais regionais de televisão;
- c) um membro escolhido entre as associações profissionais e sindicais do campo da comunicação, como diretores, produtores, técnicos, jornalistas, críticos de televisão; e
- d) um membro escolhido entre as associações de telespectadores, como associação de pais, de pesquisadores do campo da comunicação etc. (SILVA, 2009b, p. 105).

Apesar da escolha dos membros ser regulamentada pelo Estado, as três vagas não indicadas pelo poder público seguem regras de processos eleitorais das próprias organizações envolvidas no processo. A decisão final da escolha do nome do representante não é do Estado.

Impedidas por lei de veicular propaganda comercial, as emissoras públicas colombianas sobrevivem, principalmente, dos recursos destinados pelo erário público. No entanto, a legislação permite apoios culturais ou patrocínios, entendidos como o “recebimento de recursos de fonte privada a título de doação e inserção da marca do ente patrocinador como apoio a tal programa, sendo proibida a veiculação de marcas vinculadas a produtos como tabaco e produtos alcoólicos” (SILVA, 2009c, p. 110). As emissoras públicas ainda conseguem captar recursos com a venda de produtos e programas para outras estações e assinatura do canal via satélite.

### **3.2.5 Portugal: disputa pela audiência**

O sistema público de comunicação em Portugal nasceu e cresceu sob a intensa ditadura de António Salazar, entre os anos de 1926 e 1974. A Rádio e Televisão de Portugal (RTP) só se constituíram enquanto rede oficial em 1955, com quase três décadas de atraso em relação a outros países da Europa. Na sua gênese está o dinheiro do Estado e dos cidadãos portugueses, que puderam comprar ações da companhia através do sistema bancário; o que faz com que os rumos da RTP sejam decididos por assembleia geral de acionistas e não por um conselho.

A reestruturação da Rádio e Televisão de Portugal foi definida pela Lei nº 8/2007 e regulamenta o modelo de gerenciamento da empresa através da constituição de três tipologias de participação. Primeiro, os chamados órgãos sociais, constituídos por: assembleia geral, conselho de administração e um fiscal único. Segundo o Conselho de Opinião, formado por 29 membros e, por fim, os provedores do ouvinte e do telespectador. A Rádio e Televisão de Portugal é uma sociedade de capitais exclusivamente públicos (VALENTE; AZEVEDO, 2009a, p. 217).

Em relação a programação, a RTP mantém disputa acirrada pela audiência com as redes privadas de comunicação ao investir em programas culturais e nas coberturas regionais. Apesar de manter um canal generalista como todos os outros sistemas, aposta em canais específicos direcionados para o público jovem e eventos culturais, além da produção de conteúdo para os territórios além Portugal, como as ilhas de Açores e Madeira e a comunidade lusófona na África.

Porém, nos últimos anos, a programação da RTP vem sendo alvo de críticas que a acusam de se aproximar demasiadamente dos conteúdos das emissoras privadas devido à crescente número de inserções comerciais na grade. Valente e Azevedo (2009b, p.234)

evidenciam que “assim como em outros países, o excesso de publicidade tem tido influência no conteúdo transmitido. Mas até então não houve proposta concreta de instituição de um limite”.

De acordo com os autores, o dinheiro proveniente de negócios com a iniciativa privada contabiliza 23,7% do orçamento anual da RTP; o restante, 76,3%, é de fontes públicas e governamentais. A população está inclusa nessa conta através de uma taxa de contribuição do audiovisual que incide sobre o fornecimento de energia elétrica para o uso doméstico. O valor mensal é de 1,60 euro. “As receitas publicitárias, cujo tempo não pode ultrapassar seis minutos por hora, são utilizadas apenas para abatimento da dívida da corporação” (VALENTE; AZEVEDO, 2009c, p. 222).

### **3.2.6 França: inserção social e cidadania**

Uma das principais características do sistema de comunicação pública francês é a extrema preocupação com a identidade nacional, que se reflete no forte incentivo a produções francófonas. Para Valente (2009a, p. 157), o objetivo é atingir um público o mais amplo possível e favorecer a inserção social e a cidadania através de do debate democrático e as “trocas entre as diferentes camadas da população”.

Essa postura tem como base as orientações do Conselho Nacional da Resistência e, no pós Segunda Guerra, o Estado francês assume o monopólio da radiodifusão com a criação, em 1945, da Radiodiffusion Française, que passaria por diversas nomenclaturas até se transformar, em 1998, na *holding* France Télévisions, que reúne todos os canais geridos pelo Estado.

A França representou uma das experiências mais radicais de liberalização dos monopólios estatais. Mais do que permitir a presença de competidores privados, a reforma regulatória de 1982 promoveu a privatização da principal emissora pública, a TF1. A partir de então, a France 2 passou a desempenhar esse papel, e a France 3 manteve seu perfil de canal com conteúdo regional (VALENTE, 2009b, p. 158).

Valente explica que o modelo de gestão e forma de participação na administração das emissoras públicas, em linhas gerais, podem ser assim entendidos: 1) o governo define as políticas; 2) o Parlamento faz e aprova regulamentos e controla o financiamento público das corporações, e; 3) o Conselho Superior do Audiovisual participa ativamente da indicação dos dirigentes das emissoras e monitora a programação. Ele ainda enumera as responsabilidades do sistema público de radiodifusão francês:

- a) garantia da honestidade, independência e pluralismo de informação;
- b) respeito à pessoa humana e à sua dignidade, contribuindo para a luta contra a discriminação e as exclusões de todo tipo;
- c) promoção da língua francesa, com proibição de termos estrangeiros quando possuem um equivalente francês;
- d) adaptação da transmissão dos programas às pessoas com deficiência, com volume anual mínimo de mil horas para essa parcela da população;
- e) proibição de veiculação de propaganda ou mensagem publicitária produzida por partidos políticos, organizações sindicais ou profissionais, correntes específicas de pensamento político, filosófico ou religioso (VALENTE, 2009c, p. 161).

Para implementar todas essas exigências, o grupo France Télévisions é dirigido por um conselho de administração com catorze membros com mandato de cinco anos. Eles são indicados pelo governo, Parlamento, Conselho Superior do Audiovisual, e representantes dos usuários e dos funcionários. O presidente do conselho da administração é eleito pelo pleno do Conselho Superior do Audiovisual.

Assim como em Portugal e Reino Unido, o governo francês também divide a conta da manutenção do sistema público de comunicação com os cidadãos. É cobrada taxa anual de 120 euros junto com um tributo habitacional, o equivalente ao IPTU no Brasil. A publicidade é permitida, mas com restrições da legislação.

### **3.3 O caso brasileiro e o nascimento da EBC**

O sistema de comunicação pública do Brasil não nasce - ao contrário das experiências em diversos países do mundo - com a missão de produzir conteúdo público e diferenciado do ofertado pelas redes privadas, mas de caráter puramente educativo. Educativo no sentido e na prática de se transformar numa ferramenta didática de longo alcance para transmitir conteúdo de disciplinas escolares do ensino fundamental e médio. Essa característica está presente no processo de surgimento, em 1936, da Rádio MEC (Ministério da Educação e Cultura). A emissora foi doada ao governo federal por Edgar Roquette Pinto e se chamava Rádio Sociedade do Rio de Janeiro. Um dos mais respeitados intelectuais da sua época, ele criou a rádio como meio de difundir a educação. Por essa iniciativa, é citado em vários livros como o pai da radiodifusão no Brasil.

Valente (2009, p. 270) observa que Roquette Pinto exigiu a manutenção da vocação da rádio para transferi-la ao governo brasileiro. E assim vem sendo feito há mais de sete décadas. Até os dias atuais, a base da sua programação está direcionada para a produção de programas

focados na cultura e nas artes eruditas, em especial na música; o que comprova a função elitista da emissora. Em 1940, no Estado Novo de Getúlio Vargas, surge a Rádio Nacional do Rio de Janeiro (comprada pelo governo federal das Organizações Victor Costa), com objetos políticos de difundir a ideologia do novo regime político e com modelo de financiamento comercial, já que era possível a venda de publicidade sem nenhuma restrição legal. “Tal opção foi motivada pela necessidade de o presidente Vargas de compor com as forças sociais existentes, especialmente os empresários envolvidos e interessados no setor de radiodifusão” (VALENTE, 2009a, p. 270).

A gênese privada e comercial das duas emissoras de rádio que se constituem como pontos iniciais para a construção do que podemos chamar de campo público da comunicação brasileira revela que o Estado - responsável pela utilização ou concessão dos serviços de radiodifusão para entidades de direito público ou privada – não se preocupava com a criação de um sistema forte de comunicação pública, mas, pelo contrário, entregou essa missão a iniciativa privada. Não à toa, as primeiras emissoras de rádio e TV instaladas no país foram de cunho comercial e a relação com o Estado se dava através de negociações com os gestores políticos que se beneficiavam da audiência dessas emissoras para fins eleitorais; enquanto os empresários receberiam proteção legal e investimento para exploração dos serviços de radiodifusão, além da garantia que não seria implantado um sistema público forte e com conteúdo de qualidade para disputar os ouvintes e os telespectadores.

Apenas na década de 1960 é que o debate sobre a necessidade da radiodifusão pública seria retomado. Diferentemente de outros países, a criação desses veículos não decorreu motivada pela demanda de transmissão de informação, cultura e entretenimento, uma vez que as TVs comerciais, em fase de consolidação nesse período, obtinham legitimidade no atendimento desse tipo de conteúdo. O principal motivador do surgimento de um conjunto de televisões públicas foi a demanda por educação em um país que experimentava uma industrialização acelerada, para a qual havia carência de mão-de-obra qualificada em um cenário de crescimento. (VALENTE, 2009b, p. 270-271).

É a partir desse entendimento restrito de comunicação pública que o governo militar incentivou a criação de TVs educativas nos estados brasileiros sob a tutela das secretarias estaduais de educação e das universidades federais. A institucionalização dessa modalidade é proveniente do Decreto-Lei nº 236, de 1967. A mesma lei também cria a Fundação Centro Brasileiro de TV Educativa (FCBTVE). No mesmo ano é inaugurada a TV Universitária de

Pernambuco e o governo de São Paulo adquire a falida TV Cultura do grupo Diários e Emissoras Associadas. A emissora paulista se tornaria referência em modelo de gestão, financeiro e de conteúdo no Brasil, no sentido de sair das amarras da função exclusivamente educativa e caminhar na direção do interesse público. Valente (2009c, p. 271) ressalta que “enquanto os executivos estaduais construam suas televisões e rádios, o governo federal atuava como centro de produção de programas educativos, instituindo para isso, em 1972, o Programa Nacional de Teleducação (Prontel)”.

Nos anos seguintes, o poder executivo retira do MEC a gestão das emissoras públicas federais e cria a TVE Rio de Janeiro e a Empresa Brasileira de Radiodifusão (Radiobrás) como órgão responsável pela exploração dos serviços de rádio e TV do governo. Apesar da marcante presença de programas educativos, é iniciado o processo de formatação de conteúdo diferenciado das ofertadas pelas emissoras privadas; numa primeira reflexão sobre a necessidade de repensar a dualidade interesse público-privado na comunicação e seus impactos na formação do cidadão brasileiro.

Dependentes do dinheiro público para funcionar, seja no âmbito nacional quanto regional, as emissoras públicas, proibidas por lei (Decreto-Lei nº 235, de 1967) de captar recursos através de venda de espaço para anúncio publicitário, avançam ou recuam nas atividades a depender dos ocupantes dos cargos de presidente e governador. Na década de 1990, por exemplo, a ideologia das políticas neoliberais de gestão do Estado, que buscavam diminuir as estruturas do Estado, causou o sucateamento da TVE do Rio de Janeiro e da TV Cultura, que foram obrigadas a rever suas estratégias de sobrevivência e aproximar a programação da produzida pelas redes comerciais no sentido de atrair anunciantes e, assim, diminuir o impacto causado pelos cortes nos orçamentos.

Valente (2009, p. 273), afirma que essa reforma do Estado promovida principalmente no governo de Fernando Henrique Cardoso (1995-2002) foi legitimada sob o argumento de que assim as emissoras públicas teriam maior independência das pressões estatais, mas, na verdade, aponta o autor, a “alteração jurídica remeteu a emissora à lei da selva da sobrevivência do mercado midiático”.

A década de 1990 também marcou a expansão do campo público de televisão no Brasil com a regulamentação do serviço de TV a cabo (Lei nº 8.997, de 1995). Na prática, as operadoras desse tipo de tecnologia teriam que ofertar na grade de programação, de maneira gratuita, uma série de canais reservados a instâncias da sociedade civil e entidades públicas. A distribuição foi feita da seguinte forma: um canal para legislativo municipal/estadual, para a Câmara dos Deputados, Senado Federal, Supremo Tribunal Federal, universitário,

comunitário e um canal educativo-cultural, que deve ser operado por órgãos que tratam dessas áreas nos executivos estaduais. Em Alagoas, como veremos na próxima seção, esse espaço é ocupado pela TV Câmara, TV Assembleia, TV Comunitária, TV Cidadã e TV Educativa de Alagoas.

Esse painel do campo público de comunicação no Brasil permanece praticamente inalterado até o primeiro mandato do presidente Luiz Inácio Lula da Silva (2003-2006). A tímida discussão sobre a necessidade da criação de um novo modelo de comunicação pública para o país começa a tomar fôlego para o que irá resultar na criação, em 2007, da Empresa Brasil de Comunicação (EBC). Leal Filho (2008, p. 197) assinala que “no caso brasileiro, desde meados dos anos 90, grupos sociais vêm se articulando para enfrentar a questão a TV, entendendo-a não mais como simples instrumento de diversão, informação ou entretenimento, e sim como importante agente político”.

Em 2006, o governo federal se alinha com as intenções de segmentos da sociedade civil em discutir o sistema público praticado no país e, através do Ministério da Cultura, sob o comando do ministro Gilberto Gil, faz uma convocação nacional para debater a complexidade do assunto durante a realização do I Fórum Nacional de TVs Públicas, realizado em Brasília, de 8 a 11 de maio de 2007. De acordo com a Secretaria do Audiovisual do Ministério da Cultura, órgão responsável pela organização do fórum, o evento reuniu cerca de 500 pessoas envolvidas com o campo público de televisão do país, além de representantes de emissoras públicas com trajetória de sucesso no mundo, como a BBC, do Reino Unido, NHK, do Japão, e a RTP, de Portugal. Entusiasta do acontecimento histórico no Brasil, Leal Filho (2007, p. 6) registrou que “pela primeira vez buscou-se reunir todas as experiências concretas de produção e veiculação de televisão não comercial para realizar um diagnóstico do setor e apontar caminhos para a sua consolidação”. Mario Borgneth, então assessor do Ministério da Cultura, ressaltou a importância do fórum:

[...] um Fórum que se pretende propositivo, indicador de recomendações fundamentais para o desenvolvimento do campo público de televisão, gerador de acúmulo para a criação de políticas e medidas que viabilizem uma TV pública à altura dos anseios do setor e da aspiração democrática da sociedade brasileira (BORGNETH, 2006, p. 27).

Após quatro dias de debates e discussões em grupos de trabalhos, o resultado foi a construção da Carta de Brasília, um manifesto em defesa de uma televisão pública, democrática e independente. O documento, legitimado pelo governo e a sociedade, apontava caminhos sólido em aspectos fundamentais para formulação de uma política de comunicação

pública, tais como missão, configuração jurídica, legislação, programação e modelo de negócios, tecnologia e infraestrutura. A amplitude e a profundidade das questões levantadas, discussões e propostas formuladas durante o fórum não só foram significativas do ponto de vista de reflexão, mas também de balizar ações práticas. Poucos meses depois, o governo federal cria a TV Brasil e inaugura o Sistema Brasileiro de TV Digital.

Em pesquisa realizada sobre o nascimento da Empresa Brasil de Comunicação (EBC), mantenedora da TV Brasil, Carvalho (2013, p. 99) evidencia a inédita interlocução entre governo e sociedade. Até então, as decisões sobre a comunicação pública eram tomadas nos gabinetes dos governantes.

Outro ponto que deve ser ressaltado é o que o I Fórum não foi realizado somente por iniciativa das associações da sociedade civil, mas também do governo, o que contribuiu para a promoção de um ambiente de discussões envolvendo o Ministério da Cultura, a Secretaria do Audiovisual, a Casa Civil, a Secretaria Geral da Presidência da República, a Secretaria das Políticas Culturais, existindo, sobretudo, uma vontade política para o desenvolvimento do setor de radiodifusão pública (CARVALHO, J. 2013, p. 99).

A pesquisadora ressalta que a criação da TV Brasil foi uma grande vitória. Porém, assinala que a força e o investimento das televisões comerciais numa programação de fácil assimilação no campo do entretenimento dificultam a percepção da sociedade da importância de uma TV pública e seu conteúdo diferenciado, no sentido da promoção da educação, da cultura e da formação de um cidadão crítico, sendo “uma realidade difícil, mas não impossível de ser transformada” (CARVALHO, J.2013, p. 99).

É preciso registrar que mesmo pós o surgimento da EBC, em maio de 2009 foi realizado o II Fórum Nacional de TVs Públicas, também em Brasília. Ao contrário do primeiro, desta vez o chamamento para discussões foi feito por entidades do setor da comunicação pública no país, como a ABEPEC (Associação Brasileira das Emissoras Públicas, Educativas e Culturais), ABTU (Associação Brasileira de Televisão Universitária), Astral (Associação Brasileira das Televisões e Rádios Legislativas) e ABCCOM (Associação Brasileira de Canais Comunitários). O governo federal atendeu à solicitação e enviou representantes para os três dias de discussão.

Desta vez, os debates tiveram como objetivo pressionar o Congresso Nacional para atualizar a regulamentação e modelos de financiamento das emissoras públicas de televisão.



As emissoras educativas, vale lembrar, ainda são regidas pelo Decreto-Lei 236, de 1967, que determina apenas a transmissão de aulas, palestras e debates. Além disso, as entidades cobram a regulamentação da entrada dos canais da cidadania, da educação, da cultura e dos poderes constituídos na TV digital aberta, prevista no decreto que instituiu o Sistema Brasileiro de TV Digital – SBTVD.

O novo fórum gerou a II Carta de Brasília, que propõe a existência de três sistemas de radiodifusão no país: 1) o privado, com fins lucrativos; 2) o público estatal, sem fins lucrativos e com a programação voltada para a divulgação e transparência dos atos institucionais; 3) o público não-estatal, administrado e fiscalizado por um órgão colegiado deliberativo, representativo da sociedade na qual o Estado ou governo não podem ter maioria.

Os dois Fóruns foram de extrema importância para a configuração de um campo público de televisão que estava disperso e fragmentado. Ambos trouxeram propostas para o desenho de uma reordenação e revivamento do sistema público de televisão no Brasil, que há muitos anos estava totalmente à margem das discussões. Diante do exposto, é oportuna a afirmação que a criação da TV Brasil e EBC foi fruto direto dessa iniciativa, que além de fomentar e ampliar a discussão sobre a necessidade de existir uma televisão pública nacional, colocaram-na em um novo patamar (CARVALHO, J. 2013, p. 101).

O presidente Luiz Inácio Lula da Silva cria a Empresa Brasil de Comunicação (EBC), gestora da TV Brasil, em 10 de outubro de 2007 por meio da Medida Provisória 398. A intenção é que se torne não só a agregadora de todas as emissoras de rádio e televisão de domínio da União, mas se transforme em espinha dorsal no processo de reorganização do sistema público de comunicação, com ramificações em todos os estados brasileiros. Além da TV Brasil, a EBC incorporou a antiga TVE Brasil (Rio de Janeiro), TVE (Maranhão), TV Escola (TV por satélite), TV Nacional (NBR); e também a Rádio MEC 800 (Rio de Janeiro), a Rádio MEC 800 (Brasília); a Rádio MEC 98,9 FM (Rio de Janeiro), a Rádio MEC (rádio por satélite), a Rádio Agência Nacional e a Agência Brasil.

No decreto-lei nº 6.246/2007, publicado em 25 de outubro de 2007, a EBC se efetiva e recebe 20 milhões de verbas orçamentárias para constituição do capital inicial e o artigo 1º da regulamentação da nova empresa pública de comunicação do país a define como uma empresa pública federal vinculada a Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, o que causou críticas de vários setores e pesquisadores que participaram o fórum que fez a proposta de criação da EBC. Eugenio Bucci, por exemplo, confirma o avanço e o recuo do governo federal:

[...] esse vínculo institucional com a presidência da República vai à contramão das melhores práticas da comunicação pública, conforme a tradição europeia, segundo a qual as emissoras públicas devem ter afinidade com a área da cultura e não com os órgãos encarregados de promover a imagem do presidente da República [...]. O vínculo da EBC com a SECOM, portanto, não poderia ser mais impróprio, uma vez que este órgão não tem nada a ver com cultura em sentido amplo ou com a atividade jornalística em sentido estrito. Dedicado à assessoria de imprensa, não deveria supervisionar uma empresa pública encarregada de informar com objetividade e isenção (BUCCI, 2006, p. 13-14).

Essa vinculação da EBC aos gabinetes do governo federal reflete decisivamente no modelo de gestão e formas de participação da sociedade civil na nova empresa de comunicação pública do Brasil. Até fevereiro deste ano eram quatro as instâncias responsáveis pelos rumos da EBC: conselho curador, conselho administrativo, diretoria executiva e conselho fiscal. Mas, através de Medida Provisória, depois aprovada pelo Senado Federal, o presidente Michel Temer, entre outras reformulações na lei que criou a EBC, decidiu não só acabar com o mandato de quatro anos do diretor-presidente da EBC (agora ele pode ser nomeado e exonerado pelo presidente da República a qualquer momento), como também extinguir o conselho curador, a única instância com a participação garantida de vozes de diversas partes da sociedade.

Valente (2009, p. 277-278), ressalta que entre as importantes funções do conselho curador estava observar e emitir parecer sobre a linha editorial de produção e programação das emissoras públicas. Ou seja, “deliberar sobre as diretrizes educativas, artísticas, culturais e informativas da política de comunicação propostas pela diretoria executiva da EBC”. A instância era formada por 22 membros, nos quais apenas quatro eram indicados pelo governo federal, dois pelo Congresso Nacional, um pelos trabalhadores da EBC, e quinze pessoas da sociedade civil escolhidas através de chamada pública.

Segundo nota técnica do Ministério Público Federal sobre a medida provisória, “a subordinação da empresa às diretrizes do governo e o condicionamento às regras estritas de mercado” abre espaço para a prática da “censura de natureza política, ideológica e artística”, tanto pela definição da linha editorial e da programação na perspectiva dos interesses dos governantes, quanto pelo silenciamento de vozes que ousem divergir do governo.

Trata-se de um estado de controle absolutamente descabido e inaceitável, digno de regimes de exceção; uma nítida demonstração do nível de aparelhamento a que a empresa está sendo submetida. De acordo com os procuradores federais, ao contrário do que o governo Temer alegou publicamente para alterar a estrutura da EBC, a intenção da MP foi afastar

qualquer possibilidade de resistência à utilização da emissora pelos interesses governamentais (BARBOSA, 2017).

As consequências imediatas da Medida Provisória 744 foram a demissão de profissionais críticos quanto a mão do presidente na gestão da EBC e programas retirados do ar, como o Sem Censura, apresentado há 21 anos pela jornalista Leda Nagle. A nova legislação coloca o Conselho de Administração (todos os membros indicados pelo presidente da República) na posição de órgão administrativo de maior poder na EBC. O próprio Conselho de Comunicação Social (CCS) do Congresso Nacional, órgão auxiliar do Parlamento, emitiu parecer afirmando que “a MP leva à EBC à condição de mero aparelho governamental, deixando cada vez mais distante o projeto de uma comunicação pública autônoma e eficiente”. Mas nada foi alterado e as emissoras da EBC seguem agora explicitamente exercendo a função de assessoria de comunicação da presidência da República, como acontece nas rádios e televisões educativas dos estados, que estão sob o comando dos governadores e secretários de comunicação.

O domínio e mando do governo federal tem um preço. Aproximadamente 80 % da receita da EBC saem dos cofres da União. O resto de negócios próprios, como publicidade institucional, venda de produtos e serviços. Para Carvalho (2013, p.136), a busca pela independência financeira, sem cair nas garras da lógica de mercado, é um dos principais desafios do sistema de comunicação pública do país. Segundo a pesquisadora, enquanto existir a alta dependência financeira das verbas públicas, não haverá a menor possibilidade da existência, de fato, de uma emissora pública.

Porém, ressalta que a “construção de uma televisão pública não ocorre da noite para o dia, principalmente num país dominado pela existência das televisões comerciais. Esse processo deve ser executado em longo prazo”. E continua, com certo grau de otimismo: “Embora exista a dependência do governo federal tanto no modelo de gestão, como no de financiamento, esses instrumentos estão em construção e serão aprimorados com o tempo” (CARVALHO, J. 2013, p. 138).

### **3.4 Nas terras de Alagoas**

O campo público de comunicação em Alagoas tem ramificações nos poderes Executivo, Legislativo e sociedade civil organizada. O mais antigo e consolidado é o Instituto Zumbi dos Palmares (IZP), que apesar de ter sido criado em 2001, incorporou a Rádio Difusora AM 960 (inaugurada em 16 de setembro de 1948), a TV Educativa de Alagoas (em

atividade desde 1984 e objeto de estudo desta pesquisa) e as rádios Educativa FM em Maceió, Arapiraca e Porto Calvo, além do Espaço Cultural Linda Mascarenhas. O IZP é uma Autarquia Pública Estadual, órgão da administração indireta do governo do Estado, e vinculado à Secretaria de Estado da Comunicação (SECOM). O contexto da criação, estrutura, funções e funcionamento do IZP será detalhado na próxima seção deste trabalho.

O Poder Legislativo estadual e municipal também tem suas fatias no campo público da comunicação pública em Alagoas. No ar desde 2007, a TV Assembleia é uma das ferramentas de comunicação da Assembleia Legislativa de Alagoas e possui canal próprio (07) na grade de programação da NET, servido de televisão a cabo. É a mais estruturada das emissoras ligadas ao legislativo e produz cinco programas de estúdio. O Café com Poesia aborda temas culturais, já assuntos ligados as formas de cidadania são o foco dos programas TV Cidadã e Trilha Social. Aspectos do cotidiano estão nas entrevistas do Ponto de Vista; o Frente a Frente é transmitido ao vivo com pautas direcionadas a política, além do Jornal da ALE. Através do canal também é possível acompanhar, ao vivo, às sessões plenárias e as audiências públicas. A redação, camarim e estúdio da TV Assembleia funcionam no histórico prédio da Assembleia Legislativa, na praça Dom Pedro II, no Centro de Maceió.

Já a Câmara Municipal de Maceió não conseguiu estruturar um canal próprio, nem produzir programas. A atuação limita-se a transmissão ao vivo e a gravação das sessões plenárias e audiências públicas para reprises durante a programação do canal da TV Assembleia. Alguns sites de notícias da cidade oferecem links para o internauta acompanhar, ao vivo, as sessões ordinárias, extraordinárias e audiências públicas da câmara municipal de Maceió, entre eles estão o Cada Minuto, Tribuna Hoje, Gazeta Web e Alagoas 24 Horas.

A investida mais recente do poder legislativo de Alagoas no campo público da comunicação foi a inauguração, em julho de 2016, da TV Cidadã, sob o comando do Tribunal de Contas do Estado de Alagoas (TCE/AL). O sinal está sendo transmitido na tecnologia digital, com dois canais abertos e gratuitos: 35.1 e 35.2, com raio de alcance apenas na cidade de Maceió. Os equipamentos e a outorga de concessão foram conseguidos através do Senado Federal.

Na prática, a TV Cidadã de Alagoas só transmite as sessões do TCE/AL as terças e quintas-feiras. O resto da programação é composta pela produção das TVs Senado e Câmara. O único programa de entrevista, Bartepapo, foi suspenso depois de denúncia do conselheiro Anselmo Brito, de que o programa estaria sendo usado para fins comerciais pelo apresentador Geraldo Câmara, então diretor da TV Cidadã. Para ampliar o espaço com produtos locais, a

direção da TV assinou uma série de convênios com entidades públicas no sentido de abrir espaço para exibição de seus programas mediante repasses financeiros.

Fora do manto dos poderes políticos, a única experiência de comunicação pública é a TV Comunitária, mais conhecida como TVCOM. Na época da sua fundação, outubro de 2001, vinte e nove entidades da sociedade civil organizada de Alagoas fizeram parte do corpo de associados da Associação das Entidades Usuárias do Canal Comunitário de Maceió, entre elas o Sindicato dos Engenheiros, dos Urbanitários, Ordem dos Advogados de Maceió, assistentes sociais e jornalistas. Pablo Gomes (2016, p. 33), em pesquisa sobre da TVCOM, observa que apesar da reunião de tantas entidades em torno das possibilidades de um canal de televisão independente do poder dos governantes e da lógica de mercado, “todas assumiram muito mais o papel de representação do que de colaboração financeira. A burocracia e as limitações para captação de recursos desde o início impediram qualquer tipo de avanço para a TV Comunitária de Maceió”.

A falta de recursos sempre marcou a trajetória da TVCOM. Nos primeiros meses de atividade, o canal contava apenas com dois funcionários e só transmitia shows musicais através de um aparelho de DVD. Depois começou a terceirizar a programação com a venda de espaço para programas de produção independente, com valores que variavam de R\$ 100 a 300 reais, numa tentativa desesperada de pagar contas básicas como aluguel da sala, energia e água. Gomes (2016, p. 34) observa que:

De fato, a presença dessa programação, mesmo terceirizada, dava uma “cara alagoana” ao canal, que até então vivia de reprisar DVDs de shows dos mais variados sem nenhum tipo de diálogo comunitário com o telespectador [...]. A TVCOM Maceió também foi, por incrível que pareça, uma das primeiras em transmitir jogos do campeonato alagoano da série C. Sem ter equipamentos que pudesse transmitir os jogos ao vivo, muitas vezes uma pequena equipe de colaboradores ia até o estádio e pré-gravada a partida, hora depois colocando no ar.

Assim como várias emissoras comerciais, a TVCOM também não resistiu à tentação das ofertas financeiras das igrejas pentecostais em busca de espaço na mídia para exibição de conteúdos doutrinários de caráter exclusivamente religioso. O pastor e radialista Ildo Rafael, da Igreja Casa de Oração, alugou boa parte da grade da emissora. Também foi firmado contrato com a União Planetária - uma organização não-governamental sem fins lucrativos, que desenvolve ações em todo país para o fim da miséria e a busca da paz mundial, princípios extraídos da Organização das Nações Unidas (ONU). Com a mudança da direção em 2013, a

emissora entra em nova fase com a exibição de conteúdos produzidos por outras TVs comunitárias e o programa Eu Quero Ver, realizado pela CUT (Central Única dos Trabalhadores) em Alagoas. O novo produto abordava assuntos do universo sindical e rendia mil reais mensais a TVCOM.

Nos anos seguintes, dirigentes da CUT assumem a direção da emissora e realizam uma série de mudanças tanto na infraestrutura quanto na programação para ajustar a chegada da modernização tecnológica das televisões a cabo. Para Gomes (2016,), o ano de 2016 é o mais produtivo desde a criação da emissora, com melhora significativa de áudio e imagem, equipe técnica básica para garantir as transmissões e aposta numa programação plural embora ainda não 100% alagoana. “A TVCOM conseguiu, mesmo com as dificuldades financeiras e as burocracias que impedem o avanço tecnológico e financeiro do canal, se organizar minimamente ao ponto de poder se estabelecer nesse novo universo digitalizado” (GOMES, 2016, p.4).

Esse breve percurso dos formatos e experiências de emissoras de televisão não comerciais reafirma as inúmeras práticas de gestão, financiamento e produção de informação e conteúdo simbólico que tomam para si o *status* de **público**. Entretanto, algumas reflexões são possíveis diante da ocorrência em vários países. A primeira é o grau de organização da sociedade para cobrar participação ativa nas decisões de funcionamento das emissoras mantidas pelo dinheiro público. O grau de influência dos governantes nas emissoras estatais também varia de acordo com o contexto político, econômico e social. Em Alagoas, por exemplo, 99% das experiências televisivas não comerciais são financiadas pelos recursos público, seja no poder Executivo, Legislativo ou Judiciário.

Outro ponto de reflexão é a relação dessas emissoras com o telespectador. Quais instrumentos são utilizados para inserir o cidadão nas discussões e decisões dos produtos informativos, culturais, educacionais e de entretenimento produzidos com verba pública. Ou, como assegurar que essas TVs não se transformem em palanque partidário apenas para dar visibilidade as ações positivas dos governantes?

Diante das especificidades apresentadas em vários países, é consenso, apenas, que para trilhar o caminho de serviço público de comunicação, as emissoras não comerciais precisam de legislação específica que garanta a autonomia necessária para priorizar o interesse do cidadão, responsável pelo dinheiro (através do pagamento de impostos) que mantém esses canais de televisão funcionando.

## 4. A TV EDUCATIVA E O SOFRIDO PARTO DO SISTEMA PÚBLICO DE COMUNICAÇÃO DE ALAGOAS

*“Está no ar a ZY0-4, Rádio Difusora de Alagoas. Já não somos a zona de silêncio do Brasil”.  
(Governador Silvestre Péricles, em 16 de setembro de 1948, durante inauguração da Rádio Difusora de Alagoas)*

### 4.1. Uma atribulada gestão de 53 anos

No dia 16 de setembro de 2018 o casamento entre o governo do Estado de Alagoas e a implantação de uma emissora de rádio não comercial celebra “Bodas de Vinho”. Esta data marca a inauguração da Rádio Difusora - primeira emissora oficial do Estado - e completa o ciclo de sete décadas em direção a criação de um sistema público de comunicação em Alagoas, o Instituto Zumbi dos Palmares (IZP).

A compreensão do impacto das mudanças de gestão, infraestrutura, tecnologia, mão de obra especializada e produção de informação e conteúdo simbólico com o nascimento do IZP é essencial para entendermos a concepção de **comunicação pública** aplicada na TV Educativa de Alagoas (TVE) a partir da análise dos modelos de gestão, administração, jurídico, financiamento e editorial (espinha dorsal deste trabalho), uma vez que a emissora é apenas um dos braços do IZP e não tem qualquer autonomia jurídica, administrativa e orçamentária.

O caminho trilhado pela TVE desde a outorga de concessão de funcionamento, no final da década de 1960, até o ano de 2017 será percorrido nas páginas seguintes do trabalho. Porém, é preciso reforçar a importância da criação da Rádio Difusora AM (960 KHz) como primeira iniciativa do Estado de Alagoas para implantação de uma emissora de caráter não comercial, já que até a sanção, promulgação e publicação da Lei nº 6.224, de 8 de janeiro de 2001<sup>1</sup> - que cria o IZP como o ente administrativo autárquico, com personalidade jurídica da Administração Indireta Estadual e responsável, na prática, pela gestão administrativa e

---

<sup>1</sup> A Lei está disponível no endereço eletrônico <http://transparencia.al.gov.br/media/legislacao/2001/Lei%20N%C2%BA%206.224%20-%202001.pdf> . Acesso em 15 de janeiro de 2018.

condutor da linha editorial<sup>2</sup> das emissoras de rádio e televisão sob a administração do governo estadual -, a trajetória dessas emissoras (Rádio Difusora, TVE e Educativa FM) data da primeira metade do século XX e seguiu caminhos distintos sem qualquer canal de interlocução entre elas, como iremos demonstrar a seguir.

A pioneira nesse percurso foi a Rádio Difusora de Alagoas. Em 20 de janeiro de 1948, através do Decreto nº 24.351<sup>3</sup>, o presidente da República Eurico Gaspar Dutra outorgou, à Secretaria de Estado do Gabinete Civil, a concessão para o funcionamento da primeira emissora de rádio sob a responsabilidade do governo do Estado de Alagoas, destinada a executar o serviço de radiodifusão, com finalidade de orientação intelectual e instrutiva. A partir daí, seguiu-se uma série de episódios políticos, jurídicos e pitorescos até a inauguração da rádio em 16 de setembro do mesmo ano, data das comemorações dos 131 anos da Emancipação Política de Alagoas, que pertencia a Capitania de Pernambuco.

O próprio nascimento da rádio é mais inusitado das histórias envolvendo a emissora. O então governador Silvestre Péricles de Góis Monteiro estava em constante atrito com os deputados estaduais, que não aprovaram a lei de criação da Rádio Difusora. Diante dessa situação, o chefe do Executivo, com os recursos doados pelos chefes do jogo do bicho em Alagoas, afrontou a Assembleia Legislativa e instalou a rádio, apelidada de a “Caçula das Américas”, de forma ilegal (ALENCAR, 1991; FERRO, RAMIRES, 2013).

Como estava encontrando muitos obstáculos legais para viabilizar a rádio, Silvestre Péricles resolveu atropelar os impedimentos usando outros recursos. Mobilizou a Polícia para que trouxesse os bicheiros de Alagoas até ele. O principal bicheiro de Alagoas nesta época era Hegessipo Caldas. Lotou a sala de despachos do Palácio dos Martírios de contraventores e falou para eles: “Preciso instalar uma emissora de rádio em Alagoas, mas os filhos da puta dos deputados estão me negando os recursos. Por isso, preciso que vocês metam a mão no bolso e arranjem a bufunfa”. Duas semanas depois o dinheiro estava disponível e o governador pôde comprar os mais modernos equipamentos da época (PINTO, 2015).

E durante os primeiros anos de funcionamento da primeira rádio oficial do Estado, “os salários de seus funcionários eram pagos praticamente no gabinete do secretário de Segurança

---

<sup>2</sup> Adotamos a definição de José Marques de Melo (2003), que afirma ser a linha editorial o mecanismo de seleção da informação a ser divulgada exercido pela gestão do veículo de comunicação.

<sup>3</sup> O decreto está disponível no endereço eletrônico

<<https://www.diariodasleis.com.br/legislacao/federal/110882-outorga-concessao-u-rudio-difusora-de-alagoas-limitada-para-estabelecer-uma-estauo-radiodifusora-em-maceiu-estado-de-alagoas.html>>. Acesso em 15 de janeiro de 2018.



Pública, que arrecadava os recursos diretamente com os bicheiros” (CARVALHO, L. 2008, p. 13; apud FERRO, RAMIRES, 2011). Esta situação irregular somente foi resolvida cinco anos depois, no governo de Arnon de Mello, através da Lei nº 1.708, de 31 de julho de 1953, que oficializou a Rádio Difusora como autarquia estadual.

Durante mais de 30 anos, a Rádio Difusora permaneceu como a única voz oficial do governo do Estado e alternativa para apresentações musicais em programas de auditório de artistas regionais e execução de músicas que não encontravam espaço nas primeiras rádios privadas de Alagoas - que começaram a surgir no final da década de 1950 e se expandiram nas décadas seguintes. Apenas nos anos de 1984, o governo estadual amplia sua atuação na área da comunicação social eletrônica com a criação da TV Educativa de Alagoas (TVE), canal 3, e da Educativa FM Maceió (107.7 MHz) no ano de 1986; ambas vinculadas à Secretaria de Estado de Educação de Alagoas.

A coluna jornalística *Fatos & Notícias*, publicada no jornal Gazeta de Alagoas, registrou, na edição do dia 12 de fevereiro de 1986, o início das atividades da nova rádio do governo estadual, agora na frequência FM:

Operando na frequência 107,7 MHz, surge em Maceió mais uma emissora de rádio. É a FM Educativa, que foi inaugurada, ontem, pelo Ministro das Comunicações, Antônio Carlos Magalhães, contando com a presença do governador Divaldo Suruagy, secretários de Estados, prefeitos e representantes da Dentel. A rádio é administrada pela Secretaria de Educação e sua implantação custou ao Ministério das Comunicações mais de Cr\$ 1 bilhão. A nova emissora alagoana funciona nas dependências da TV Educativa, no bairro do Farol, em Maceió. Sua programação segue orientações do Ministério da Educação, com programas educativos, música popular brasileira e, a nível local, através de convênios com a Universidade Federal de Alagoas, aproveitando, principalmente, o pessoal do curso de Comunicação Social, reconhecido ontem pelo Conselho Federal de Educação [...]. (RÁDIO..., 1986.)

A primeira tentativa de unificar as emissoras de rádio e televisão financiadas e administradas pelo poder executivo estadual aconteceu nos anos de 1982 com a criação do Instituto de Tecnologia Educacional de Alagoas (ITEAL), vinculado à Secretaria de Estado de Educação de Alagoas. Alvin e Barros (1987) observam que a nova autarquia estadual foi inspirada em modelos de outros estados brasileiros e era indispensável para a TVE se transformar em estação geradora de conteúdo e não perder a concessão de funcionamento

outorgada pelo Ministério das Comunicações. Alvin e Barros (1987, p. 41) detalham as principais funções do ITEAL:

- a) desenvolvimento de processos educacionais e culturais através de rádio e TV;
- b) ensino sistemático de 1º e 2º graus, além de cursos supletivos;
- c) patrocínio de atividades exigidas pela política de desenvolvimento econômico-cultural do Estado;
- d) treinamento de pessoal docente para servir à política educacional, cultural e de comunicação social do Governo.

Mesmo com a missão de agregar as emissoras estatais de rádio e televisão de Alagoas para fins educacionais, o ITEAL não incorporou a Rádio Difusora, que permaneceu como autarquia administrativamente autônoma até a criação do IZP, em janeiro de 2001. No cabeçalho de diversos ofícios<sup>4</sup> do ITEAL é possível observar a inscrição “Rádio FM e TV Educativa” logo abaixo do nome por extenso e em destaque da autarquia. O mais antigo consultado, datado de 20 de abril de 1983, e assinado pela então presidente do ITEAL, Floracy Cavalcante Messias, trata da efetivação de convênio entre o ITEAL e a Fundação Roquete Pinto, que possibilitou a doação de equipamento de estúdios para TVE no “sentido de possibilitar, em breve, a produção de programação local e ser mais um colaborador pela construção do nosso Estado” (ALAGOAS, 1982). As atividades do ITEAL chegaram ao fim em janeiro de 2001 com a criação do IZP, que assume legalmente e perante a sociedade alagoana a missão de implantar um sistema público de comunicação em Alagoas.

#### **4.1.1. O nascimento do Instituto Zumbi dos Palmares**

A transformação do ITEAL em IZP aconteceu através da Lei nº 6.224, publicada no Diário Oficial do Estado em 8 de janeiro de 2001. Em reportagem produzida e exibida na própria TVE, o primeiro Diretor Presidente da recém-criada autarquia estadual, Marcus Vasconcelos, não poupou elogios à ação do governo estadual na área da comunicação social:

É o cumprimento assumido pelo governador Ronaldo Lessa de investir na área da comunicação oficial do Estado. E isso vem sendo feito de fato com a recuperação do Teatro Linda Mascarenhas, a construção dos estúdios de TV e rádio, a aquisição de um transmissor novo para Rádio Difusora, além da interiorização desse complexo de comunicação levando a TV para os municípios de Arapiraca e Delmiro Gouveia e a rádio FM Educativa para as cidades de Palmeira dos Índios, Penedo, Porto Calvo e Arapiraca. E já

---

<sup>4</sup> Cópias dos ofícios foram disponibilizadas pela secretaria da presidência do IZP.

anunciamos que iremos fazer o primeiro concurso para área de comunicação no Estado de Alagoas. O governo está investindo mais de 1 milhão de reais para fazer do IZP um forte sistema público de comunicação de Alagoas (VASCONCELOS, 2001.)

Porém, a metamorfose de ITEAL para IZP não foi tão completa. Questões importantes quanto à vinculação à Secretaria de Estado da Educação de Alagoas (SEE-AL) foi mantida: “O IZP integra a Administração Indireta Estadual, tem sede e foro na Capital do Estado de Alagoas e é vinculado à secretaria de Estado da Educação” (ALAGOAS, 2001). A mudança só aconteceria em 2007, com a Lei Delegada nº 43, de 28 de junho de 2007<sup>5</sup>, quando o IZP passa a ser vinculado diretamente a Secretaria de Estado da Comunicação (SECOM).

A proximidade com a comunicação oficial do governo do Estado e, conseqüentemente, com as ações do chefe do poder executivo, é reforçada na descrição das competências do Diretor Presidente. No Art. 4º, inciso I, compete a ele “assessorar o Governador do Estado em assuntos relacionados com a área de atuação do instituto” (ALAGOAS, 2007). Essa competência ainda está em vigor no Regimento Interno do IZP, que foi instituído pelo Decreto nº 51.014, de 28 de novembro de 2016.

Bucci (2010) e Carvalho (2013) são incisivos quanto aos riscos dessa estreita relação entre o sistema público de comunicação e os órgãos de assessoramento dos chefes do poder executivo, como aconteceu com a Empresa Brasil de Comunicação (EBC), que é vinculada à Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República e, conseqüentemente, submetida aos interesses de quem está no exercício do poder estatal. “A SECOM é responsável pela imagem dos governantes, gerencia a publicidade do governo e cuida da sua assessoria, portanto, sua meta é difundir uma imagem positiva do governo” (CARVALHO, 2013, p. 102). Bucci (2010) também não enxerga independência administrativa e editorial com essa vinculação materializada em leis.

Esse vínculo institucional vai à contramão das melhores práticas da comunicação pública, conforme tradição europeia, segundo a qual as emissoras públicas devem ter afinidade com a área da cultura e não com os órgãos encarregados de promover a imagem dos gestores públicos [...]. Portanto, esse vínculo com a secretaria de comunicação não poderia ser mais impróprio, uma vez que este órgão não tem nada a ver com cultura no sentido amplo ou com a atividade jornalística em sentido estrito. Dedicado à

---

<sup>5</sup> A lei está disponível no endereço eletrônico < <http://www.controladoria.al.gov.br/legislacao/leis-delegadas/Lei%20Delegada%20no%2043-%20de%2028%20de%20junho%20de%202007.pdf/view>>. Acesso em 12 de agosto de 2017.

assessoria de imprensa, não deveria supervisionar uma empresa pública encarregada de informar com objetividade e isenção (BUCCI, 2010, p. 13-14).

Apesar de não termos encontrado registros de ações nesse sentido, o IZP também herdou do ITEAL a missão de trabalhar no sentido desenvolver projetos e pesquisas direcionados ao aprimoramento do ensino público em nível de 1º e 2º graus e na esfera do ensino supletivo. Essa prerrogativa só deixaria de existir na reformulação do Regimento Interno do órgão em novembro de 2016. O caráter de promoção de vídeos-aulas para fins pedagógicos e outras atividades nesse sentido foi substituído por “produzir e veicular programas de rádio e televisão, filmes e produtos com finalidades culturais, educativas e artísticas, distribuindo-os, quando o for o caso, através de outros meios de comunicação” (ALAGOAS, 2016).

Já o patrimônio inicial da nova autarquia do governo estadual trouxe três novidades: além da TVE e da Educativa FM Maceió, o IZP também agregou “os bens móveis e imóveis, rendas, direitos, obrigações e quadro de pessoal da Escolinha de Arte do Centro Educacional Antônio Gomes de Barros, Espaço Cultural Linda Mascarenhas e a Rádio Difusora” (ALAGOAS, 2001), que até a publicação no Diário Oficial do Estado de Alagoas (DOEAL) da lei de criação do IZP, funcionava, desde 1953, como autarquia vinculada ao secretário-chefe do Gabinete Civil do Estado. A extinção da Rádio Difusora enquanto autarquia mereceu seção específica na lei de criação do IZP:

Art. 43. Fica extinta a autarquia Rádio Difusora de Alagoas, cujas atribuições são absorvidas pelo Instituto Zumbi dos Palmares – IZP.

§ 1º O passivo da autarquia ora extinta será administrado pela Coordenação do Programa de Reforma e Ajuste Fiscal.

§ 2º Os servidores remanescentes da Rádio Difusora de Alagoas serão redistribuídos entre os órgãos da administração direta, autárquica e funcional do Estado de Alagoas.

§ 3º A “Rádio Difusora”, observando o disposto nos § 1º e 2º continuará em operação com essa denominação, sem prejuízo de sua concessão, incluindo o prefixo 960 KMZ, em frequência AM, integrando a estrutura do IZP (ALAGOAS, 2001).

A criação do IZP também marca o surgimento do cargo de Direção de Jornalismo, que com a Lei Delegada nº 47, de 10 de agosto de 2015<sup>6</sup>, mudaria a nomenclatura para Gerência

---

<sup>6</sup> A lei está disponível no endereço eletrônico < <http://www.controladoria.al.gov.br/legislacao/leis-delegadas/Lei%20Delegada%202015.pdf/view>>. Acesso em 05 de setembro de 2017.

de Jornalismo, mas foram mantidas as mesmas competências, tendo como principal “elaborar o plano de programação jornalística das emissoras do Instituto” (ALAGOAS, 2001). Até então, cada emissora de rádio e TV pertencentes ao Estado tinha direcionamento editorial autônomo e sem diálogo entre elas. Agora, o gerente de jornalismo do IZP deve:

- II – zelar para que a programação jornalística das emissoras do Instituto cumpra o plano aprovado;
- III – assegurar que, na produção e veiculação do material jornalístico, as emissoras do IZP observarão a pluralidade de versões em matéria controversa, ouvindo as partes envolvidas em polêmicas sobre fatos da atualidade e interesse público;
- IV – Estabelecer a linha editorial da produção de Conteúdo das Rádios Difusora AM, Educativa FM e TV Educativa;
- V – Organizar e acompanhar o trabalho de Produtores, Repórteres, Editores e Apresentadores; e
- VI – Dialogar com a Fundação Padre Anchieta – Centro Paulista de Rádio e TV Educativas (FPA) – TV Cultura para exibição de material produzido em Alagoas em cadeia nacional. (ALAGOAS, 2001).

Outro aspecto a ser considerado é a criação do Conselho Administrativo e sua composição. De acordo com a redação da lei de criação do IZP, esse colegiado é formado por três membros natos (Secretário de Educação, Secretário de Comunicação e o Diretor Presidente do IZP). Os outros três também são nomeados pelo Governador do Estado e devem ser indicados pelos Sindicatos dos Jornalistas Profissionais do Estado de Alagoas, Sindicato dos Radialistas de Alagoas e do Sindicato dos Professores do Ensino Público de Alagoas. Porém, o regimento interno vigente do órgão reduziu o Conselho para quatro membros, com a retirada dos representantes dos sindicatos e o acréscimo do Secretário de Cultura do Estado de Alagoas. De acordo a secretaria da presidência do IZP e os documentos oficiais disponibilizados e consultados em vários departamentos do IZP (Recursos Humanos, Gerência Administrativa, Secretaria e Gabinete da Presidência) durante a coleta de dados da pesquisa não existe qualquer menção que comprove a implantação, regulamentação e funcionamento desse órgão colegiado.

#### **4.1.2. Trabalhadores, dinheiro e interiorização**

No quesito cargos e funções gratificadas, como demonstra o Quadro 1, o IZP já nasceu deficiente diante da obrigação de gerir duas emissoras de rádio, uma televisão e um espaço

cultural com galeria de exposições e teatro para capacidade de 100 pessoas. De acordo com o Anexo Único à Lei nº 6.224, de 8 de janeiro de 2001, foram disponibilizados apenas onze cargos de provimento em comissão, com vencimentos de R\$ 780,00 a R\$ 3.000,00; e dez funções gratificadas com valores de R\$ 169,00 a R\$ 509,00. Todos os cargos de direção são nomeados diretamente pelo governador do Estado e os de assessoria técnica e funções gratificadas são escolhidos pela presidência do IZP.

**Quadro 1:** Quadro de Cargos e Funções Gratificadas quando da criação do IZP, em janeiro de 2001

CARGO/ FUNÇÃO	SÍMBOLO	QUANT.	VALOR
Diretor-Presidente	SE-3	01	3.000,00
Chefe de Gabinete	DS-2	01	1.517,00
Diretor de Departamentos de Administração e Finanças	DS-2	01	1.517,00
Diretor de Diretoria	DS-2	06	1.517,00
Assessor Técnico	AS-2	01	1.008,00
Assessor Técnico	AS-3	01	780,00
Chefe de Divisão	DI	03	509,00
Função Gratificada	FG-4	07	169,00

Essa estrutura básica de cargos, funções e vencimentos sofreram diversas alterações (Lei Delegada Estadual de 2003, 2005, 2007, 2011 e 2015). De acordo com a legislação vigente, Lei Delegada nº 47, de 10 de agosto de 2015, a estrutura organizacional do IZP é (ALAGOAS, 2015):

I – Órgãos Colegiados:

a) Conselho Administrativo.

II – Gestão Estratégica:

a) Gabinete do Diretor-Presidente;

b) Assessoria de Governança e Transparência; e

c) Assessoria Técnica.

III – Gestão de Estado:

a) Assessoria Executiva de Gestão Interna:

1. Chefia Executiva Administrativa:

- 1.1. Subchefia de Serviços Gerais; e
- 1.2. Subchefia de Controle do Consumo Interno.
2. Gerência Executiva de Planejamento, Orçamento, Finanças e Contabilidade;
3. Chefia Executiva de Valorização de Pessoas; e
4. Assessoria Técnica Executiva de Tecnologia da Informação.

IV – Gestão Finalística:

- a) Gerência de Jornalismo;
- b) Gerência de Televisão:
  1. Chefia de Edição e Corte de Imagens.
- c) Gerência de Rádio AM e FM;
- d) Gerência de Operações e Tecnologia da Informação:
  1. Chefia do Almoxarifado Técnico de Rádio e TV; e
  2. Chefia dos Laboratórios Técnicos do IZP.
- e) Gerência do Espaço Cultural Linda Mascarenhas.

Durante os três primeiros anos, além dos cargos em comissão, as emissoras do IZP funcionaram com aproximadamente 200<sup>7</sup> prestadores de serviço contratados diretamente pelo órgão e sem quaisquer vínculos empregatício. Na lista estavam desde serviços de limpeza até os apresentadores dos programas de rádio e televisão. Após a assinatura de um Termo de Ajustamento de Conduta (TAC) com o Ministério Público do Trabalho em Alagoas, o governo do Estado realizou, em 2004, concurso público para provimento de cargos efetivos em todas as funções do IZP.

De acordo com o Edital nº 003/2003/SEARHP/IZP, da Secretaria Executiva de Administração, Recursos Humanos e Patrimônio<sup>8</sup>, foram disponibilizadas 333 vagas, sendo 176 para radialistas e 37 para jornalistas, além de 120 para área administrativa. Foram recebidas 12.441 inscrições para cargos de nível fundamental, médio e superior, tais como: auxiliar administrativo, auxiliar de serviços diversos, cabeleireiro, motorista, vigia, agente administrativo, técnico de contabilidade, advogado, arquivista, contador, engenheiro eletrônico, produtor gráfico visual, secretário executivo, jornalistas, relações públicas e radialistas (GAIA, 2005, p. 19).

Mas, segundo a publicação no site do Intervezes – Coletivo Brasil de Comunicação Social (2009), o concurso não resolveu os problemas do IZP quanto a produção de conteúdo

<sup>7</sup> A informação foi repassada pela Gerência Executiva de Planejamento, Finanças e Contabilidade do IZP

<sup>8</sup> Cópia do documento foi disponibilizada pela Chefia Executiva de Valorização de Pessoas do IZP.

para as emissoras de rádio e TV com a continuidade de contratação de prestadores de serviço, causando nova intervenção judicial.

[...] Nem todos os aprovados no concurso foram chamados e algumas lacunas permaneceram. Com a mudança de governador, em 2007, uma das primeiras atitudes da nova direção foi encerrar contratos nessa situação, caso de dois grandes nomes do radialismo alagoano – Floracy Cavalcante, aposentada pela Difusora AM, mas que tinha um programa na Educativa FM, e Edécio Lopes. Mas, uma concessão aqui, outra ali, e as contratações de serviços prestados voltaram a ser necessárias pela falta de pessoal. A quantidade, até o início de outubro deste ano, era de 26 pessoas, concentradas na Rádio Difusora AM e na TV Educativa. Em texto publicado ainda em setembro no site da PRT/AL, o procurador do Trabalho Rafael Gazzanéu afirmou que o MPT continuou recebendo várias denúncias que contrastavam com o acordo firmado em 2003, resolvendo chamar o diretor-presidente da autarquia, Marcelo Sandes, e a Associação dos Trabalhadores do IZP para depor. Ambos confirmaram a existência de trabalhadores "irregulares". O procurador Gazzanéu concedeu prazos para o posicionamento da direção sobre a proposta de assinatura de termo aditivo, mas não obteve resposta. "O ente público, de forma deliberada e consciente, descumpriu as obrigações previstas no TAC e não mostrou interesse em resolver a situação irregular. Por isso, outra alternativa não restou ao MPT senão ajuizar as ações de execução, cuja finalidade é forçar a autarquia a cumprir a ordem constitucional", afirmou. Assim, a Justiça do Trabalho recomendou a dispensa dos 26 prestadores de serviço que existiam no IZP (SEM, 2009).

As informações obtidas com a Chefia Executiva de Valorização de Pessoas do IZP evidenciam a redução de mais de 50% dos cargos ofertados no concurso e a inexistência de servidores contratados de forma irregular. De acordo com o levantamento feito em dezembro de 2017 pelo Departamento de Recursos Humanos, trabalham no órgão 155 pessoas, sendo 129 efetivos; 12 cargos comissionados do quadro do IZP; 11 comissionados de livre lotação; e 3 terceirizados (limpeza e portaria) através da empresa W. E. Administradora de Serviços. Em dezembro de 2017, a folha de pagamento dos salários dos servidores do IZP foi de R\$ 357 mil, segundo informação repassada pela Gerência Executiva de Planejamento, Orçamento, Finanças e Contabilidade do IZP.

Outro desafio enfrentado pela gestão do recém-criado IZP foi a interiorização do sinal de transmissão das suas emissoras de rádio e TV. Em 2001, o então governador Ronaldo Augusto Lessa Santos enviou ao Ministério das Comunicações ofícios solicitando outorga para instalação e funcionamento da rádio Educativa FM nos municípios de Arapiraca, Porto Calvo, Penedo, Palmeira dos Índios e Santana do Ipanema. Quase quatro anos depois, o Diário Oficial da União (BRASIL, 2005) trazia a aprovação do Senado Federal para o



Governo do Estado de Alagoas executar, por 10 anos, serviços de radiodifusão, com fins exclusivamente educativos, apenas nas cidades de Arapiraca e Porto Calvo<sup>9</sup>.

A interiorização começa na cidade de Arapiraca, em dezembro de 2014, com a inauguração da rádio Educativa FM Arapiraca (106,9 MHz). A emissora foi instalada no prédio-sede da Universidade Estadual de Alagoas (UNEAL). Já a antena e o transmissor funcionam no abrigo técnico do Sistema Pajuçara de Comunicação, retransmissora em Alagoas da Rede Record de Televisão. A estrutura física da Educativa FM Arapiraca é composta por recepção, sala de reuniões, estúdio e gravadora. Até dezembro de 2017, segundo informações da Chefia Executiva de Valorização de Pessoas do IZP, seis servidores efetivos estão lotados nas funções de discotecário, roteirista, locutor, técnicos de radiodifusão e agente administrativo. A emissora está em rede com a Educativa FM Maceió e tem apenas um programa local de entrevista, o “Revista Educativa”, que vai ao ar ao vivo de segunda a sexta-feira, das 9h às 9h30.

Após seu lançamento na capital alagoana, nos anos 80, a Rádio Educativa FM começou a ser difundida no interior alagoano a partir do lançamento da Rádio Educativa no município de Arapiraca, no Agreste, segunda maior cidade do Estado. A rádio atende não só área urbana, mas também municípios circunvizinhos e tem dois estúdios com o que há de mais moderno em FM. O propósito do IZP é garantir a ampliação do sistema público de rádio e TV, permitindo uma programação mais regionalizada, que valorize e difunda as particularidades culturais de Alagoas (GAIA, 2005, p. 67).

A Educativa FM chega ao município de Porto Calvo, Litoral Norte do Estado, em setembro de 2005, na frequência 101,7 MHz, e instalada em uma pequena sala nos fundos do prédio onde funciona a 10ª Coordenadoria Regional de Educação (CRE), da Secretaria de Estado da Educação de Alagoas.

A Rádio Educativa está implantada no município de Porto Calvo, com modernos equipamentos. O raio de alcance da emissora integra os municípios de Paripueira, Maragogi, Japaratinga, Porto de Pedras, São Miguel dos Milagres, Passo de Camaragibe, Barra de Santo Antonio, São Luiz do Quintunde, Matriz de Camaragibe, Jundiá, Jacuípe e Campestre (GAIA, 2005, p. 69).

---

<sup>9</sup> Os decretos foram publicados no Diário Oficial da União de 15 de junho de 2005.

Ao contrário de Arapiraca, em Porto Calvo a emissora não contava com nenhum servidor efetivo; não existia programação local, apenas transmissão de músicas através de um sistema automático; o fornecimento de energia era precário e danificava os equipamentos, com constantes saídas do ar e, conseqüentemente, multas da Agência Nacional de Telecomunicações (ANATEL) pelo mau funcionamento da rádio. Diante desse quadro, a gestão do IZP com autorização da SECOM, decidiu, em 2016, encerrar as atividades da Educativa FM Porto Calvo e devolver a outorga ao Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações (MCTIC).

A trajetória de expansão da TVE também não acabou bem. Até 2001, dos 102 municípios alagoanos, a programação da emissora (canal 3) poderia ser vista apenas em Maceió. Em 21 de março de 2002, conforme ofício nº 1581/2002/DOSR/SSR/MC, o Ministério das Comunicações informa a Secretaria da Educação do Estado de Alagoas - concessionária do serviço de radiodifusão de sons e imagens - que está encaminhando a Agência Nacional de Telecomunicações (ANATEL) os processos para providenciar o Ato e Aprovação de Local e Uso dos equipamentos e retransmissão do sinal da TVE nos municípios de Arapiraca (canal 21) e Delmiro Gouveia (canal 5). Essas retransmissoras foram instaladas de forma improvisadas em prédios onde funcionavam outras repartições públicas do governo do Estado e funcionaram precariamente num período de cinco anos.

De acordo com o gerente de Operações e Tecnologia da Informação, Luiz Fernando Gonzalez, o sinal era enviado por link terrestre em UHF da torre do IZP no bairro do Farol, em Maceió, até a torre da empresa Telemar Telecomunicações de Alagoas (atual OI). Desta torre o sinal continuava a ser retransmitido através de outros pares de links para mais seis torres, passando por Arapiraca até chegar em Delmiro Gouveia. Esse sistema chama-se enlace terrestre de microondas. O trajeto feito pelo sinal de micro-ondas era: torres da Telemar no Farol > São Miguel dos Campos > Junqueiro > Arapiraca > Santana do Ipanema > Água Branca > Delmiro Gouveia.

Ainda segundo Gonzalez, que exerce a função no IZP desde 2010, o uso do sistema da Telemar (torres e energia elétrica) custava mensalmente aos cofres público aproximadamente R\$ 27.500,00, pagos pela Secretaria de Estado da Fazenda. Em 2007, com a posse do governador eleito Teotônio Vilela Filho (PSDB), o pagamento foi suspenso e o IZP alegou não ter recursos próprios para arcar com a despesa, colocando fim ao sonho de expansão da TVE. A Assessoria de Governança e Transparência do IZP informou que a retomada do processo de interiorização não consta no plano de ações de 2018 do órgão.

Essa restrição do acesso ao conteúdo produzido pelas emissoras do IZP fere a universalidade da radiodifusão pública, um dos três princípios apontados pela UNESCO, no relatório *Lá rádio y televisión pública: Por qué? Como?* publicado em 2001:

Es un objetivo profundamente igualitário y democrático em la medida en que pone al conjunto de los cuidados em pie de igualdad independentemente de su condición o de sus ingresos. Impone al serviço público la obligación de dirigirse al conjunto de la población y de procurar ser “utilizado” por el mayor número posible de ciudadanos. Este principio no significa, como ocurre com las emisoras de radio y televisión comerciales, que la rádio y televisión pública deba tratar de alcanzar em todo momento el máximo de audiencia, sino más bien que se preocupe de lograr que el conjunto de su programación resulte accessible al conjunto de la población (UNESCO, 2001, p.13).

Carvalho (2013); Bucci; Chiaretti; Fiorini (2012) reforçam a importância da igualdade do acesso aos produtos das emissoras públicas. Ou seja, a rádio e a televisão pública devem chegar a todos, independentes das regiões e das condições econômica da população, pois, segundo os autores, é obrigação do poder público devolver aos cidadãos todos os recursos investidos para o funcionamento das emissoras públicas através do acesso irrestrito a conteúdos úteis e que as comunidades se sintam representadas na programação.

Um dos fatores que podem explicar o estreito raio de alcance do IZP é o seu modelo de financiamento herdado do ITEAL, no qual “as receitas e as despesas da autarquia, inclusive as de pessoal, serão anualmente previstas, classificadas e discriminadas na lei orçamentária do Estado de Alagoas” (ALAGOAS, 2001). Além do financiamento do governo estadual, o IZP está autorizado legalmente a receber recursos através de:

- I – recursos transferidos por entidades públicas, federais, estaduais ou municipais;
- II – rendas decorrentes da remuneração por serviços técnicos que executa e da utilização dos espaços culturais que mantenha;
- III – frutos dos bens e valores componentes do seu patrimônio;
- IV – valores provenientes de operações de crédito, subvenções, auxílio e doações de outras entidades ou pessoas físicas e jurídicas;
- V – valores provenientes de apoios culturais (ALAGOAS, 2001).

Apesar das possibilidades de captação de recursos, de acordo com a Gerência Executiva de Planejamento, Orçamento, Finanças e Contabilidade do órgão, o governo do Estado é o responsável por, em média, 90%, do dinheiro utilizado para manter o IZP funcionando. O Quadro 2 revela que em 17 anos não houve aumento considerável nos

repasses financeiros, mantendo-se uma média de R\$ 1 milhão por ano e cerca de R\$ 83 mil ao mês para manutenção de um espaço cultural, uma emissora de televisão, três emissoras de rádio e o setor administrativo.

**Quadro 2:** Valores de custeio repassados pela Secretaria de Estado da Fazenda ao IZP

ANO	COTA REPASSADA
2001	R\$ 1.191.943,55
2002	R\$ 1.539.439,54
2003	R\$ 1.692.375,16
2004	R\$ 1.624.564,96
2005	R\$ 1.003.999,75
2006	R\$ 910.137,38
2007	R\$ 737.268,92
2008	R\$ 1.506.159,78
2009	R\$ 1.323.742,46
2010	R\$ 1.847.749,00
2011	R\$ 1.180.000,00
2012	R\$ 1.049.000,00
2013	R\$ 1.169.223,00
2014	R\$ 1.351.320,00
2015	R\$ 836.116,25
2016	R\$ 949.707,00
2017	R\$ 1.005.856,00

O demonstrativo dos recursos captados pelo IZP através de fontes como prestação de serviço, convênio com a EBC e apoio cultural revela (Quadro 3) uma ordem decrescente com média de 30% mensal em relação aos repasse público. No ano de 2017, no entanto, esse percentual caiu para menos de 10%. Segundo a Gerência Executiva de Planejamento, Orçamento, Finanças e Contabilidade do IZP, esses recursos não são contabilizados como receitas de custeio, ou seja, para manutenção das atividades básicas de funcionamento do órgão. São receitas eventuais, sem valores e prazos fixos e esses recursos são destinados, exclusivamente, a aquisição de equipamentos para as emissoras de rádio e TV.

**Quadro 3:** Valores de captação de recursos do IZP

ANO	RECURSOS CAPTADOS
2001	R\$ 509.796,85
2002	R\$ 559.520,92
2003	R\$ 538.650,36
2004	R\$ 739.990,40
2005	R\$ 390.261,29
2006	R\$ 412.218,58
2007	R\$ 291.348,51
2008	R\$ 356.116,05
2009	R\$ 192.102,73
2010	R\$ 307.474,89
2011	R\$ 319.293,26
2012	R\$ 359.521,47
2013	R\$ 350.959,60
2014	R\$ 271.419,60
2015	R\$ 260.970,22
2016	R\$ 287.335,64
2017	R\$ 87.752,93

Diante desse quadro de dependência financeira do governo do Estado para o funcionamento do IZP, a identidade e a independência no processo de produção de conteúdo das emissoras pode ser influenciada diretamente pela política de comunicação da SECOM e privilegiar a cobertura das ações do chefe do Executivo. A Carta de Brasília (2007), resultado dos trabalhos do I Fórum Nacional de TVs Públicas<sup>10</sup> e que serviu de base para a criação da TV Brasil, deixa claro que a TV pública “deve ser independente e autônoma em relação a governos e ao mercado, devendo seu financiamento ter origem em fontes múltiplas, com a participação significativa de orçamentos públicos e de fundos não-contingenciáveis” (CARTA, 2007).

Nos *Indicadores de qualidade nas emissoras públicas: uma avaliação contemporânea* (2012), Buccihi, Chiaretti e Fiorini reforçam que o modo de financiamento é uma das questões mais delicadas, pois envolve não apenas a sobrevivência econômica, mas,

<sup>10</sup> O I Fórum Nacional de TVs Públicas foi realizado em Brasília, no período de 11 a 14 de abril de 2007. O evento nacional traçou diretrizes para a introdução da televisão pública no país. Foi a primeira discussão sobre o campo público de televisão no Brasil que contou com a participação de vários setores da sociedade civil, além de membros do Ministério da Cultura, Radiobrás e representantes de emissoras educativas, legislativas, universitárias e comunitárias de todo país.

principalmente, a consistência dos produtos jornalísticos das emissoras públicas, já que a concessão governamental de verbas é um fator de enfraquecimento já que deixa a emissora mais vulnerável a influência de ordens política, principalmente na linha editorial.

[...] de todo modo, a discussão sobre o modelo de financiamento não é meramente uma discussão econômica. Ela também está ligada à dependência ou independência da televisão pública em relação ao Estado e ao mercado – e também acarreta efeitos em sua qualidade. Dessa maneira, discutir financiamento é discutir a legitimidade e propósito de existência da televisão pública, com foco na qualidade de sua programação e de suas posturas internas e externas na sua relação com outros meios de comunicação social (Bucci, Chiaretti, Fiorini, 2012, p.17).

Nas experiências dos modelos de financiamento dos sistemas públicos internacionais estudados por Carvalho (2013), Miola (2009) e Valente (2013), é possível identificar possibilidades para diminuir a dependência do dinheiro público e preservar a linha editorial através de duas maneiras principais para alcançar esse objetivo: exploração comercial através de anúncios publicitários (Estados Unidos, RTP de Portugal e TVN Chile); e licença paga pelos cidadãos e vendas de produtos e serviços (Europa, Japão, Canadá e Austrália).

Porém, esses autores garantem, no cenário brasileiro, que sem o dinheiro saído das contas públicas federais, estaduais e municipais não existiria nenhuma emissora pública funcionando, nem mesmo a TV Brasil e TV Cultura de São Paulo, que apesar de terem considerável captação de recursos através de convênios, licenciamentos de produtores e prestação de serviço, não podem prescindir das verbas públicas para pagamento de salários e investimentos na infraestrutura e tecnologia. Em Alagoas o cenário não é diferente. O governo do Estado é o mantenedor do IZP e responsável pelas despesas de custeio, folha de pagamento dos servidores, infraestrutura dos prédios e parque técnico.

O Espaço Cultural Linda Mascarenhas, administrado pelo IZP, não gera receita. Seu regimento não permite o aluguel para fins privados, sendo utilizado apenas para projetos culturais e educativos em parceria com o complexo de onze escolas de nível médio instaladas no Centro de Estudos e Pesquisas Aplicadas (Cepa). As rádios Difusora AM e Educativas FM Maceió e Arapiraca ainda conseguem atrair poucos anunciantes. Em todo o ano de 2017, essa captação alcançou a cifra de R\$ 87.752,93 mil (média de R\$ 7,25 mil ao mês), segundo informações repassadas pela Gerência Executiva de Planejamento, Orçamento, Finanças e Contabilidade do IZP. O que dá

Já na TVE não existe qualquer apoio cultural e ou anúncio publicitário que gere captação de recursos. Os intervalos dos programas são preenchidos com campanhas

institucionais produzidas pela própria emissora (cultura, meio ambiente, cidadania, educação etc) e peças publicitárias das ações do governo do Estado. O único registro de captação de recursos foi no período de 2010 a 2016, através de contratado de prestação de serviço a Empresa Brasil de Comunicação (EBC) para geração de reportagens sobre fatos de Alagoas e enviadas para exibição na TV Brasil, em Brasília. Durante esse período, o repasse mensal foi de R\$ 20 mil/mês. O contrato foi encerrado em 2017 pela EBC sob a alegação de cortes de verbas a partir da nova gestão da emissora indicada pelo presidente Michel Temer.

#### **4.2 A televisão que já nasceu silenciada**

A sistematização da trajetória da TVE é condição *sine qua non* para entendermos sua gênese, transfigurações e contexto de produção de conteúdo. Para transitar nesse longo percurso utilizamos fontes secundárias documental e bibliográfica; fonte primária (entrevista semiestruturada); e informações adquiridas ao longo de 17 anos das observações e práticas no exercício de diversas funções na emissora, primeiro como prestador de serviço e, a partir de 2004, servidor público concursado do IZP para o cargo de Diretor de Programas. É desse lugar de fala e das fontes a que tivemos acesso que construímos um relato cronológico e contextualizado, mas com a certeza da impossibilidade do registro de todos os acontecimentos de uma trajetória de mais de cinco décadas da emissora.

A via-crúcis da TVE para se consolidar como emissora pública começa em agosto de 1969 com o ofício do então governador Lamemba Filho ao Conselho Nacional de Telecomunicações para obter concessão para operar “a frequência pública do canal 3, VHF, reservado para implantação de uma estação de televisão educativa, em Maceió, Capital deste Estado<sup>11</sup>”.

A intenção do poder Executivo em instalar e gerenciar uma emissora de televisão era utilizá-la apenas como ferramenta pedagógica para diminuir o alto índice de analfabetismo no Estado. Em 1969, 50,05% (170 mil) das crianças de 7 a 14 anos estavam fora da escola; 38% dos professores primários possuíam apenas esse mesmo curso; e 70% dos eleitores eram analfabetos. Implantar um sistema de televisão com estrutura conveniente encurtaria o tempo e representaria grande economia de despesas, uma vez que o governo precisaria construir 2.300 salas de aula e contratar 5.600 novos professores só para o curso primário. A TVE seria uma nova técnica de ensino ainda não utilizada no Estado (ALVIM, BARROS, 1987, p. 35).

---

<sup>11</sup> Ofício está disponível no Trabalho de Conclusão de Curso de ALVIM e BARROS (1987).

O documento enviado à Assembleia Legislativa pelo governador para a criação da Fundação TV Educativa de Alagoas – responsável pela gestão do Canal 3 - reafirma o caráter didático da futura emissora voltada, exclusivamente, para o processo de ensino-aprendizagem:

- a) a finalidade básica da Fundação seria implantar e desenvolver o sistema estadual de radiodifusão educativa, cobrindo todo o Estado de Alagoas, na intenção de ministrar ensino e orientação científica, técnica e cultural;
- b) a TVE caberia se organizar em rede estadual para a transmissão e recepção simultâneas de cursos e programas. Toda a sua programação, mesmo quando de caráter recreativo, teria finalidade educativa e cultural;
- c) a sua manutenção viria de dotações orçamentárias do Estado (conforme decreto nº 1637 de 29/05/69), verbas específicas destinadas à educação e cultura, doações de pessoas físicas e jurídicas abatidas do Imposto de Renda, além de um fundo de manutenção que seria criado pelo Governo Estadual (ALVIM, BARROS, 1987, p. 36-37).

Em poucos meses, os trâmites legais para a criação e funcionamento da TVE foram resolvidos. O Ministério das Comunicações liberou a utilização do Canal 3 e o financiamento para compra dos equipamentos e da torre de transmissão. O governo estadual iniciou a construção das instalações da emissora e as tratativas para firmar convênio com diversas instituições educacionais e culturais municipais, estaduais e federais para construção da grade de programação. Mas nada se concretizaria. Em setembro de 1970, após sofrer pressões políticas, o governador Lamenha Filho extingue a Fundação TV Educativa de Alagoas e transforma as futuras instalações físicas da TVE em 17 salas de aula. O fato ocorreu sem maiores explicações e a partir daí estava morto o primeiro projeto de instalação da TVE em Alagoas (ALVIM, BARROS, 1987, p. 39).

Apesar de ser mantida a concessão para utilização do Canal 3, o projeto de instalação de uma televisão educativa em Alagoas embernou durante quatorze anos. O despertar aconteceu em 12 de outubro de 1984, quando o então governador Divaldo Suruagy inaugura, numa pequena instalação dentro do Centro de Estudos e Pesquisas Aplicadas (CEPA), no bairro do Farol, em Maceió, a torre e o transmissor para retransmissão, em Alagoas, da programação da TVE do Rio de Janeiro através da estação local da Empresa Brasileira de Telecomunicações (EMBRATEL).

Alvin e Barros (1987, p. 40) registram que a retransmissora começou a funcionar em prédio de “reduzidíssimas dimensões e composta unicamente por um transmissor de 1.000 watts de potência cujo sinal alcança um raio de 100 km”. Já Gaia (2005, p. 73) aponta que em 1984, quando foi criada, a TVE, “por ter sinal fraco, atingia apenas as residências nos bairros



próximos à antena, tinha poucos profissionais e limitava-se a retransmitir a programação da TVE do Rio de Janeiro”.

Seriam necessários mais 16 anos para a TVE sair dessa condição. Em 2000, após o risco de perder a concessão por não conseguir produzir programação local e não sair da condição de retransmissora para geradora, a emissora, sob a gestão do ITEAL e com equipamentos doados pela Fundação Roquette Pinto, começa a produção do telejornal Notícias de Alagoas, que se transformaria no TVE Notícias. O programa tinha quinze minutos de duração e era elaborado por estudantes do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Alagoas (UFAL). No ano seguinte, com a criação do IZP, a emissora entra num processo de expansão da estrutura física e do parque tecnológico com aquisição de novo transmissor e inauguração da sede própria, com dois estúdios de gravação, camarins, ilhas de edição, controle mestre, centro de documentação e departamento de jornalismo. Também foi realizado concurso para contratação de 37 jornalistas.

Na inauguração das novas instalações da TVE, em outubro de 2001, o governador Ronaldo Lessa, durante entrevistas à imprensa, reafirmou o caráter educativo e cultural da emissora não-comercial do Estado:

Hoje é um dos dias mais felizes que eu pude dizer que passei por esse governo porque está materializado o sonho do povo alagoano de ter acesso a um instrumento de comunicação dos mais modernos, que é a televisão. [...] Uma televisão que sai da grade comercial. A TV pública faz a cultura, faz o folclore, faz o povo se ver. É um instrumento de absoluta identidade com o povo. E é dele. Esse é um direito alienável do povo de Alagoas. Essa televisão também está serviço da alfabetização, do aperfeiçoamento dos professores, além da música e da cultura. Essa tecnologia é um instrumento educativo do povo e a serviço dele. Nenhuma televisão comercial vai oferecer espaço para o povo alagoano quanto a TV Educativa (LESSA, 2001).

O então diretor da TV Cultura São Paulo, Marco Antônio Coelho, veio a Maceió para participar da cerimônia e destacou como uma emissora não-comercial deveria montar sua grade de programação:

A TV pública pode oferecer uma outra informação a população na medida em que pode oferecer uma informação contextualizada, que explique a informação e não apenas jogar no ar como a maioria das TVs comerciais fazem. A TV pública pode trabalhar a cultura regional. Ela pode trabalhar a cultura do valor e não só da audiência. A TV pública tem a característica de falar para a sociedade (COELHO, 2001).

Nesse período, a TVE amplia a programação local com a estreia dos programas: 1) *Matéria Assinada* - grandes reportagens com a contextualização e aprofundamento dos fatos; 2) *Última Edição* – telejornal com entrevistas de estúdio e reportagens sobre os fatos mais importantes do dia; 3) *Informação Direta* – entrevistas de estúdio com o objetivo de aprofundar o assunto abordado indo direto às fontes; 4) *Escola Viva* – entrevistas e reportagens voltadas especificamente para assuntos ligados a educação, promovendo o debate com educadores, pais e alunos; 4) *Balançando o Ganzá* – registro em formato de documentário das manifestações culturais populares, revelando seus atores e importância na formação da identidade cultural de Alagoas. Também foram produzidas várias campanhas institucionais tratando de personagens da cultura popular, da história das principais cidades de Alagoas, de espaços públicos de Maceió, das 19 lagoas do Estado e dos poetas e músicos alagoanos (GAIA, 2005, p.75).

Nos anos seguintes, a euforia inicial foi sendo substituída pela estagnação provocada por falta de investimentos para a manutenção dos programas e a produção de novos produtos. Entre 2007 e 2014, durante o governo Teotônio Vilela Filho, diversos programas foram extintos, inclusive o noticiário *Última Edição*. A produção de reportagens ficou limitada apenas a exibição de boletins de notícias durante os intervalos da programação. Nesse período são criados três novos programas de entrevistas em estúdio, com duração de 30 minutos e exibição semanal: o *Conhecer*, que abordava fatos relacionados a ciência, tecnologia e inovação; *Vida de Artista*, voltado para assuntos culturais; e o *Da Sua Conta*, com foco nos acontecimentos econômicos. Porém, cortes no orçamento e a saída de diversos jornalistas e técnicos do quadro de servidores do IZP provocariam mais oscilações e ajustes na grade de programação, mas sem avanços quanto ao aumento da quantidade e da qualidade dos programas. Esse cenário não sofreu alterações significativas e a produção da TVE continua restrita a três programas de estúdio, o boletim de notícias e campanhas institucionais, como mostraremos na próxima seção deste trabalho.

O parque tecnológico da emissora também não escapou das consequências da falta de recursos. A substituição de equipamentos obsoletos acontece de forma lenta e, na maioria das vezes, só quando apresentam defeitos sem possibilidade de conserto. Entretanto, aconteceram ações significativas para melhoria do alcance e da qualidade do canal 3 da TVE. Em 2008, segundo informações do diretor de Operações e Tecnologia da Informação do IZP, Luiz Fernando Gonzalez, foram investidos cerca de R\$ 450 mil na compra de um transmissor de potência de 5kw; o antigo estava danificado e sem condição de conserto.

Em 2011 é adquirida uma torre de transmissão de 90 metros (o dobro da que estava em uso), no valor de 440 mil. Porém, esses investimentos não acabaram com a dificuldade de sintonizar o sinal da emissora em diversos bairros de Maceió e região metropolitana. Em 2013, a gestão do IZP decide cessar os investimentos no sistema analógico e inicia o projeto de digitalização da TVE, orçado em 4,3 milhões. Em dezembro de 2017, Gonzalez garantiu que cerca de 90% do projeto está executado e que até o mês de maio de 2018 o sinal da emissora será na tecnologia digital.

#### **4.2.1. As vozes numa emissora não-comercial**

O desafio das TVs não comerciais continua sendo construir uma grade de programação diferenciada das emissoras privadas. Em Alagoas, a TVE persegue o propósito de produção de conteúdo baseado na tríade educação-cultura-cidadania. Manoel Miranda dos Santos Júnior (2017), primeiro diretor de Jornalismo do IZP, não tem dúvidas que o caminho a ser seguido na emissora de televisão mantida pelo Estado é a liberdade de expressão. Segundo ele, esse objetivo pode ser alcançado elencando assuntos que fujam da procura por audiência. “Sem vínculo comercial, podemos ir adiante na abordagem de assuntos que não merecem a atenção das TVs ditas comerciais. Não podemos ser apenas informativos, temos, também, que ser formativos” (SANTOS JÚNIOR, 2017).

Maria Rachel Fiúza Moreira (2017), diretora de Jornalismo do IZP no período de 2009 a 2014, reforça o discurso do seu antecessor e acrescenta condicionantes como o tempo e a profundidade para abordar as informações como ferramentas estratégicas na busca de um conteúdo “voltado, prioritariamente para o cidadão, já que o compromisso não é com o telespectador-consumidor. É abrir outras possibilidades de acesso à informação, cultura e ao entretenimento” (MOREIRA, 2017).

No cargo da gerência de Jornalismo do IZP desde 2015, Cíntia Regina dos Santos (2017) não deixa dúvidas quanto a função social da TVE:

A importância dessa categoria televisiva para Alagoas não difere do que representa para o restante do país. Ou seja, ao diferenciarmos os tipos de TVs abertas (comerciais) daquelas geridas pelo sistema público de comunicação ou estatal, estamos falando da prerrogativa de estabelecer um diálogo contínuo com a sociedade e suas demandas, sem a mediação do interesse econômico. Reitera-se aqui a dupla responsabilidade das TVs não comerciais na inserção de uma programação que contemple as questões inseridas num contexto de inclusão social. O jornalismo da TV pública, estatal deve ser um gatilho para a abordagem e o fortalecimento ao direito à dignidade dos seres humanos e suas

novas configurações sociais, sexuais, de gênero e de cidadania (SANTOS, 2017).

Para ajudar na materialização dos princípios apontados pelos gestores do Jornalismo do IZP e que norteiam a produção de conteúdo, a TVE não possui Manual de Redação<sup>12</sup> ou qualquer outro documento próprio que garanta e/ou oriente os jornalistas envolvidos na construção dos programas exibidos. As referências a serem consultadas sempre foram os manuais de redação da TV Cultura de São Paulo e, mais recentemente, em 2013, o produzido pela Empresa Brasil de Comunicação (EBC). “As pautas são discutidas com a produção a partir das demandas atuais e do resgate da memória de aspectos da cultura e da história locais. [...] O propósito é manter espaço para as informações de serviço e para as reportagens ampliadas” (SANTOS, 2017).

Outra ausência é a de qualquer órgão deliberativo representativo da sociedade na gestão do IZP e da TVE. Essa situação se transformou num imenso fosso para a emissora não apenas conseguir dialogar com o governo e sociedade civil, mas também definir, interna e externamente, sua linha editorial diante dos fatos. Leal Filho (1997), Bucci (2015), Valente (2009) e Carvalho (2013) não compreendem a existência de qualquer emissora que queria ser chamada de **pública** sem a existência de um colegiado sólido e atuante responsável pela garantia da participação ativa da sociedade no processo de discussão e elaboração do conteúdo produzido e exibido. Eles ainda ressaltam que esses conselhos não devem ter a maioria dos membros indicados pelo governo.

A sociedade civil e as emissoras públicas são aliadas naturais e, por isso, devem levar em consideração que possuem objetivos semelhantes os quais só podem ser conquistados através do apoio mútuo e da responsabilidade recíproca. No entanto, esta relação depende da consciência de que ambas as partes têm deveres e responsabilidades. Os integrantes dos conselhos deveriam representar os interesses da comunidade junto às instâncias governamentais (CARVALHO, 2013, p. 131).

A inexistência de um conselho deliberativo, regimento interno, manual de redação e qualquer outro mecanismo norteador dificulta, também, na delimitação da cobertura jornalística das ações do governo do Estado. Santos Júnior (2017) garantiu que na época em que exerceu o cargo de diretor de Jornalismo “não havia obrigação de produção de

---

<sup>12</sup> Manual de Redação é entendido como um guia prático que materializa o discurso profissional acerca do fazer jornalismo e promovem a vinculação entre valores, percepções e procedimentos textuais (LEAL, 2012).

reportagens sobre a agenda positiva do governo, o que fosse relevante merecia cobertura, caso contrário, uma nota”. Já Moreira (2017) explica que a interlocução com a SECOM acontecia através da presidência do IZP e raramente existia um diálogo direto.

Nesse sentido o canal de diálogo é aberto. Em tese, tem-se a dimensão do que poderia ser feito do ponto de vista de diversificação da produção de conteúdo, mas a falta de investimento inviabiliza a execução de projetos fundamentais para o fortalecimento da produção local (SANTOS, 2017).

Na outra ponta, a interlocução da emissora com a sociedade não existe. As redes sociais (Facebook, Instagram e YouTube) são utilizadas apenas com a finalidade de divulgação dos conteúdos já exibidos. Não existe qualquer meio físico ou eletrônico para esse fim. Também não há diálogo sistemático, através de debates, fóruns ou outras modalidades de diálogo com segmentos da sociedade. As sugestões dos fatos e como serão abordados chegam até gerência de Jornalismo através dos produtores de pauta e estagiários de cada programa; que as validam ou não.

Em todas as etapas de produção dos conteúdos da TVE estão envolvidos doze jornalistas exercendo as funções de apresentadores (03), repórteres (03), produtores (04) e editor de texto (02), que podem exercer, por vez, funções diferentes de acordo com o projeto que estejam envolvidos. De acordo as especificidades de cada programa, esses servidores respondem diretamente as gerências de Jornalismo e de Televisão. Na grade de programação, do período de 15 a 21 de janeiro de 2018<sup>13</sup>, constam três programas locais exibidos de segunda a sexta-feira; no sábado e domingo a emissora retransmite, na íntegra, a programação da TV Cultura de São Paulo.

Os programas produzidos pela TVE são: 1) Pauta Especial – programa de entrevista em estúdio de trinta minutos que aborda temas variados e exibido de segunda a sexta-feira, 11h30, com reprise 16h30; 2) Escola Viva – programa semanal de quinze minutos que trata exclusivamente de assuntos relacionados a Educação; exibição de segunda a sexta-feira, 14h45; 3) Página Aberta – programa semanal de quinze minutos no formato de reportagem especial aprofundando apenas um fato; exibição às sextas-feiras, 14h45.

Apesar de não aparecer na grade de programação, a TVE também produz o TVE em Dia, boletim jornalístico com média de dois minutos de duração com reportagens de fatos do cotidiano; e o Síntese, registros em formato de documentário que mescla depoimentos e imagens de artistas locais. Ambos são exibidos várias vezes durante os intervalos da

---

<sup>13</sup> A grade de programação foi disponibilizada pela coordenação de programação da TVE e está nos anexos deste trabalho.

programação da emissora. É preciso ressaltar, ainda, a produção de campanhas institucionais de duração entre 30 segundos e 1 minuto sobre diversos assuntos ligados ao meio ambiente, cultural, curiosidades e momentos marcantes da História de Alagoas.

Apesar da falta de investimentos na produção de conteúdo, tentamos abordar e, muitas vezes aprofundar, temas pouco abordados pelas demais emissoras. Mas isso nem sempre é possível por questões estruturais. É importante demarcar que, atualmente, a TVE conta com uma única equipe de externa. E as dificuldades para investimentos na renovação de equipamentos internos dificulta também a produção de conteúdo estúdio. Ainda assim, tentamos equacionar demandas jornalísticas nas áreas de serviço, cultura, cobertura de governo e reportagens especiais sobre temas variados. Também retomamos a produção de programas voltados para reportagens mais aprofundadas sobre demandas atuais e de interesse coletivo, à exemplo da retomada do Programa Página Aberta (SANTOS, 2017).

A partir dessa grade de programação e na busca por dimensionar a concepção de **comunicação pública** exercida pela produção de jornalismo da TVE, observamos quais os assuntos abordados pelos programas Pauta Especial (102 entrevistas) e TVE em Dia (55 reportagens) nos meses de agosto, setembro e outubro de 2017. Os critérios para a escolha dos dois produtos jornalísticos foram a regularidade de produção e exibição durante todo o ano de 2017 e por ambos estarem ligados diretamente a gerência do Jornalismo do IZP. Ou seja: refletem, na prática, a materialidade da linha editorial do órgão. O corte temporal dos programas foi definido pelo acesso disponibilizado ao software onde ficam armazenadas as informações das marcações das entrevistas e pautas das reportagens.

**Quadro 4.** Quantidade de entrevistas por assuntos nos meses de agosto, setembro e outubro de 2017

PROGRAMA TVE EM DIA	
CULTURA	23
AÇÕES DO GOVERNO DO ESTADO	15
COTIDIANO	05
EDUCAÇÃO	04
PORTADOR DE NECESSIDADES ESPECIAIS	03
ECONOMIA	02
MEIO AMBIENTE	02
SAÚDE	01

**Quadro 5.** Quantidade de entrevistas por assuntos nos meses de agosto, setembro e outubro de 2017

PROGRAMA PAUTA ESPECIAL	
AÇÕES DO GOVERNO DO ESTADO	26
SAÚDE	21
CULTURA	17
SERVIÇO	11
CIDADANIA	07
EDUCAÇÃO	05
ECONOMIA	04
GÊNEROS	03
MEIO AMBIENTE	02
POLÍTICA	02
PORTADOR DE NECESSIDADES ESPECIAIS	02
CIÊNCIA	01
ETNIA	01

As informações editoriais reveladas pelos programas Pauta Especial e TV em Dia, nos quadros 4 e 5, nos remete a uma série de reflexões não apenas sobre as áreas de cobertura da produção local de conteúdo jornalístico da TVE, mas, principalmente, sobre a própria natureza da emissora, sua identidade, função e utilidade para a sociedade alagoana, que, com exceção dos canais por assinatura, no âmbito da TV aberta tem acesso apenas a programação comercial das grandes redes de televisão do país: Globo, Record e SBT, transmitidas, respectivamente, pela TV Gazeta (canal 7), TV Pajuçara (canal 11) e TV Ponta Verde (canal 5). Os telejornais produzidos por essas emissoras seguem à risca o padrão determinado pelas redes que vai desde o cenário até o formato e o tempo de abordagem dos fatos do cotidiano e, principalmente, suas implicações políticas e econômicas.

Porém, é preciso ressaltar que mesmo o sistema privado de televisão não pode se eximir das obrigações de serviço público, já que é, por natureza uma concessão pública, como enfatiza Bolaño (2004, p. 8):

[...] exigindo, nos casos dos países plenamente democráticos, contratos de concessão, cadernos de encargos e controle público sobre os conteúdos, de modo a evitar as distorções conhecidas no mercado brasileiro: censura privada e manipulação.

Esse modo comercial de fazer televisão, aponta Bourdieu (1997, p. 19), exerce uma formidável censura invisível, a perda da valiosa autonomia, uma vez que o assunto é imposto; as condições de comunicação são impostas e limitação do tempo, também imposta, restringe o que tinha a ser dito na sua essência e o discurso rápido e superficial é validado como natural. “As pessoas se conformam por uma forma consciente ou inconsciente de autocensura, sem que haja necessidade de chamar sua atenção”.

Ainda sobre a relação informação-tempo nas TVs comerciais, Boudieu (1997) afirma que esses mecanismos de controle fazem que com a televisão exerça uma forma particularmente perniciosa de violência simbólica.

Ora, o tempo é algo extremamente raro na televisão. E se minutos tão preciosos são empregados para dizer coisas tão fúteis, é que essas coisas tão fúteis são de fato muito importante na medida em que ocultam coisas preciosas. [...] A televisão tem uma espécie de monopólio de fato sobre a formação das cabeças de uma parcela muito importante da população. Ora, ao insistir das variedades, preenchendo esse tempo raro com o vazio, com nada ou quase nada, afastam-se as informações pertinentes que deveria possuir o cidadão para exercer seus direitos democráticos (BOURDIEU, 1997, p. 23).

A partir das reflexões de Bourdieu sobre os mecanismos simbólicos de funcionamento das TVs comprometidas com a audiência e a transformação do telespectador em simples consumidor dos produtos oferecidos dos intervalos da programação, podemos inferir que caberia justamente a televisão pública buscar o conteúdo que não cabe na TV comercial.

Nesse sentido, o caminhar da TVE tem sido tortuoso devido a uma série de impedimentos de ordem política, jurídica, estrutural, financeira e editorial. A única emissora não comercial do estado de Alagoas demonstra extrema dificuldade não só de encontrar formatos e linguagens de produção diferenciados das emissoras comerciais, mas, principalmente, de trilhar o caminho de uma TV Pública apontado por estudiosos como Bolaño (2004; 2007), Valente (2009), Duarte (2012) e Coutinho (2013). A primeira evidência dessa situação - a partir dos conteúdos dos programas Pauta Especial e TVE em Dia - é o expressivo número de produção de reportagens e entrevistas de estúdio que tratam de ações



positivas do governo do Estado; o que a leva a consolidar na condição de **televisão estatal**, com significativos prejuízos para a pluralidade de conteúdos na sua grade de programação.

Bucci (2015, p. 74) ressalta, porém, que as fronteiras entre as emissoras públicas e estatais nem sempre são nítidas. Para ser efetivamente pública, assim como não prestar contas ao mercado, não deve ser compelida a prestar contas à administração do Estado. Seu ritmo, suas instâncias, seu andamento, sua conformação institucional não se confunde com a formação típica do aparelho de Estado.

Uma característica essencial das emissoras públicas está no modo como lidam com a informação jornalística e com os conteúdos culturais. Por definição, devem funcionar como um posto avançado daquilo que o cidadão tem direito a perguntar à autoridade (ainda que este não goste de responder). Elas se definem pelo que são capazes de perguntar ao poder, não pelo que respondem em nome do poder. Estão à serviço do direito à informação do cidadão, não dos slogans que os governos se comprazem em fazer difundir (BUCCI, 2015, p. 75).

A predominância da cobertura da agenda positiva do governo do Estado na TVE, além de confirmar seu caráter estatal, traz à tona uma questão quanto ao próprio significado de “emissora estatal”. Ao contrário de vários países da Europa (França, Portugal e Inglaterra), onde as emissoras de televisão nasceram e se fortaleceram pública com considerável grau de independência do mercado e do Estado, no Brasil o sistema de radiodifusão, amparado pelas legislações, foi apropriado pela iniciativa privada, gerando grandes monopólios de comunicação com pesada artilharia tecnológica, ideológica e jurídica.

Não se pode negar a existência – comprovada inclusive durante o regime militar, no processo de concessões de emissoras de TV – de uma preocupação do mundo político com a concentração de poder da comunicação em poucas mãos. Todo o modelo brasileiro de regulação do audiovisual, baseado no CBT, tem se mostrado altamente concentrador e totalmente avesso à mudança. A legislação, na verdade, nada mais é do que a formalização de um determinado consenso social, que retrata a posição relativa dos diferentes atores na estrutura hegemônica da sociedade num dado momento e cuja validade se prolonga no tempo de acordo com o prolongamento da estabilidade daquela estrutura (BOLAÑO, 2007, p.7).

Nesse contexto, as emissoras montadas e mantidas com o dinheiro público se transformaram em braços da política de comunicação dos governantes, contrariando sua

própria natureza pública. Sobre esse dilema, Bucci (2015, p. 125) afirma que “a emissora estatal tem que ser pública pela mesma razão que o Estado democrático tem o dever de ser aberto ao controle público e ao controle do público, a emissora estatal tem o dever de ser pública”.

Mas, na prática diária de produção de conteúdo, o que predomina é a crença bastante arraigada na cultura brasileira de que uma emissora pertencente ao Estado não pode se eximir de estar a serviço do governante, como enfatiza Bucci (2015, p. 127):

Nada mais absurdo do que dizer que um canal de TV, por pertencer ao Estado, não precisa ter compromisso com a verdade dos fatos e pode fazer proselitismo partidário a favor do governo, escondendo os acontecimentos que os gestores da máquina pública pensam ser negativos. Nada mais falso. As rádios e as emissoras estatais precisam se pautar pelos princípios constitucionais da moralidade, da legalidade e da impessoalidade; não podem ser usados como instrumentos de propaganda governista. Neste sentido, as emissoras estatais devem ser tão públicas quanto aquelas que se denominam simplesmente públicas.

É preciso ressaltar, no entanto, que a prática de um jornalismo público - entendido como “um serviço para o público, não um simples *press-release* do governo” (KOTSCHO, 2003, p. 76) – na TVE não encontra sustentação para o seu desenvolvimento devido a sua legislação, financiamento e modelo de gestão. A emissora tem a natureza jurídica de empresa pública estatal. É uma autarquia da administração indireta do governo estadual e hierarquicamente responde a SECOM, sem autonomia editorial; seus gestores são indicados e nomeados pelo próprio governador e os recursos para o funcionamento são provenientes do orçamento do Estado.

Bucci, Chiaretti e Fiorini (2012, p. 30) afirmam que para a existência do jornalismo público é preciso a independência financeira, a independência administrativa e a independência editorial. A financeira consiste na existência de mecanismos legais que assegurem que os recursos públicos para manutenção da emissora serão aportados independente da vontade ou do humor dos governos. A TVE não conta com nenhuma segurança legal nesse sentido; não existe nem orçamento próprio para a emissora. Do repasse mensal feito ao IZP pelo tesouro estadual é decidido, de acordo com as demandas, quanto será investido em cada uma das emissoras do instituto.

No quesito independência administrativa, a emissora deveria ter aparato jurídico para tomar suas decisões executivas autonomamente, sem se subordinar a autoridades externas

para a sua gestão cotidiana, o que não é possível uma vez que não existe legislação própria para a TVE, como regimento interno ou qualquer outro documento específico que norteie seus atos administrativos. Todas as decisões são tomadas no âmbito da presidência do IZP e, em alguns casos, na SECOM.

Segundo os autores, a independência editorial só pode acontecer com a consolidação das independências financeira e administrativa. É preciso a garantia de recursos para investir em tecnologia e formação dos profissionais para a construção de programas de formatos e linguagens diferenciadas dos produtos televisivos das TVs comerciais. É preciso a garantia que as escolhas das pautas sejam decisões internas, não se reportando, em nenhum momento, à aprovação de autoridades externas.

Como já foi descrito pela gerência de Jornalismo do IZP, responsável pela produção dos programas jornalísticos da TVE, a emissora, por deficiências estruturais, só tem uma equipe de reportagem, de segunda a sexta-feira, no horário da manhã. E não existe perspectiva dessa situação mudar. As pautas específicas das ações do governo dos programas TVE em Dia e Pauta Especial são discutidas e as decisões tomadas em conjunto com a presidência do IZP e, quando necessário, com interlocução com a SECOM, o que evidencia o controle do governo estadual na linha editorial da emissora.

Porém, mesmo com os engessamentos político, econômico, jurídico e estrutural característicos de uma emissora estatal onde predominam as decisões dos governantes, é possível, a partir da observação dos fatos abordados nos programas TVE em Dia e Pauta Especial, identificar um tímido movimento para garantir espaço para a pluralidade, para a diversidade de vozes, uma das características mais expressivas do jornalismo de uma TV Pública, pois, conforme aponta Rothberg (2011) e Otondo (2012), emissoras públicas não podem ter pactos e arranjos politiquieiros dos governos, mas significar um âmbito vital da percepção e participação cidadã, transformando sensibilidades nos modos de construir imaginários e identidades.

Nesse sentido, foram produzidas, no período de observação (meses de agosto, setembro e outubro de 2017), 17 entrevistas e 23 reportagens sobre aspectos da cultura alagoana. Mesmo sem expressividade quantitativa, também estão presentes na pauta a questão de gêneros (03), etnia (01), meio ambiente (02), portadores de necessidades especiais (05). Diante desse quadro, Santos (2017), admite que a grade de programação da TVE não pode ser adjetivada como pública, mas existem negociações editoriais diárias no sentido de ampliar a pluralidade.

Acredito que a TVE esteja situada numa espécie de limbo classificatório, onde ora é chamada a ter uma programação que estimule o pensamento crítico e o estímulo à diversidade, ora é instada a divulgar as ações de governo. Esse terreno dúbio, aliado a falta de conselhos deliberativo e editorial, responsáveis não apenas pela nomeação de seus gestores, mas também pela definição do perfil da linha editorial gera conflitos e incompreensões, internas e externas. O foco não é a audiência de massa, mas o diálogo com uma multiplicidade de públicos. Vale ressaltar que, nos casos em que a materialidade da produção jornalística são as mudanças de costumes, a relevância da polifonia (a pluralidade de vozes) tem sido uma constante na TVE. O que ocorre também nos debates referentes ao respeito e à equidade e à diversidade de gênero, segmentos no qual a TVE tem se mostrado um terreno fértil e propício ao debate. Há que se considerar, por exemplo, o aumento da inserção da temática gênero – orientação, sexo e identidade – como tópico amplamente discutido na programação local (SANTOS, 2017).

A fala de Santos reforça a reflexão sobre as limitações e variações das condições de produção de conteúdo da TVE e nos leva a inferir:

a) os avanços e retrocessos para materializar a pluralidade no jornalismo dependem, exclusivamente, das intencionalidades do gestor que esteja ocupando o cargo;

b) como o gestor é escolhido e nomeado pelo próprio governador a partir de critérios políticos e subjetivos, não há garantias de que seu perfil profissional e ideológico esteja afinado com os princípios do jornalismo público;

c) a capacidade de ampliação da pluralidade nas pautas depende, também, dos recursos enviados pelo governo para investimento em equipamento e profissionais;

d) a ausência de qualquer mecanismo jurídico que garanta e norteie o caminhar da TVE a transformou em terreno fértil para as variações de humor e intencionalidade dos gestores da máquina estatal; uma emissora de televisão sem rumo certo e sempre à espera do que está por vir a partir das negociações políticas, como enfatiza Bucci (2015, p. 13): “A comunicação pública no Brasil virou um palanque partidário, uma passarela para a vaidade particular e, sem exagero nenhum, uma arma a serviço da guerra eleitoral”.

É justamente essa a concepção de **comunicação pública** exercida na TVE. Mesmo sob o rótulo de “pública”, a emissora, de direito e de fato, é um órgão sob forte controle (jurídico, administrativo e econômico) de quem está no comando da máquina estatal estadual. A TVE não se configura como um espaço gerido de forma coletiva, transparente e em observância de princípios democráticos de participação e de controle social. O governo é o alicerce de sua existência e determina seu rumo de acordo com as variações políticas a cada

eleição. O que não muda é a continuidade do uso da emissora como porta-voz das ações positivas dos governantes, transformando-a em emissora “particular”, uma vez que nessa condição de uso político termina por assumir a posição de apenas um determinado grupo que está no comando da máquina estatal e excetuando toda e qualquer mensagem que discorde desse discurso homogêneo.

A prática dessa concepção distorcida de comunicação pública empurrou, nas últimas décadas, a TVE para um silenciamento quase total com a sociedade alagoana. Não existe qualquer interlocução no processo de produção de informação e conteúdo simbólico. Ela não tem inserção, nem espaço no cotidiano dos alagoanos. A histórica limitação e fragilidade do alcance e da qualidade do sinal da emissora a tornaram praticamente invisível para os 102 municípios alagoanos.

A sua gênese editorial política e a incapacidade de aumento da produção não permitiram que a TVE se transformasse num serviço público para estimular no telespectador o desenvolvimento da dúvida, da crítica, da cidadania, principalmente diante da ampla capacidade das emissoras comerciais em promover valores elaborados segundo critérios circunstâncias e de limitar a capacidade de discernimento do telespectador.

## 5. CONCLUSÃO

A construção desta dissertação teve como objetivo basilar contribuir de modo efetivo para discussão da concepção de **comunicação pública** praticada na TVE de Alagoas e como ela se materializa através do modo de gestão, financiamento e produção de informação e conteúdo simbólico. A relevância do debate está no predomínio das televisões comerciais na tradição nacional e na importância da existência de alternativas de programação para os telespectadores, que há mais de meio século são tratados como simples massa de audiência e consomem produtos televisivos (informação e entretenimento) fabricados com a intencionalidade de naturalizar aspectos da realidade que perpetuam os valores e a lógica comercial.

Nesse contexto, uma emissora pública representaria a possibilidade de ruptura ou de alternativa as emissoras privadas comprometidas, por excelência, com a obtenção de lucro e de influência política para conseguir sobreviver e expandir os negócios e concepções ideológicas dos grupos hegemônicos, como evidencia Carvalho (2013, p. 135):

A televisão pública possui um grande potencial ao se voltar para a formação de cidadãos e sua presença é significativa para que não haja somente uma televisão permeada pela lógica comercial. A existência de uma televisão pública implica a formação de um contexto plural, marcado por um debate rico, em que todos os pontos de vista são apresentados ao telespectador, fornecendo, portanto, subsídios para que ele mesmo pense e tire suas próprias conclusões.

A observação dos modelos de televisão pública no Brasil (TV Cultura de São Paulo e TV Brasil) e em outros países (Austrália, Canadá, Itália, Colômbia, Portugal e França) evidenciou que o contexto político, econômico e social exerce forte influência no modelo de criação e funcionamento delas. Durante esse percurso foi possível constatar que a emissora pública só se transforma, de fato, em serviço à disposição do cidadão quando possui segurança jurídica, administrativa, financeira e editorial para se proteger, efetivamente, das influências do mercado e do aparelho do Estado. As experiências internacionais revelaram, também, que alcançar essa independência não é tarefa fácil. Para sobreviver, muitas buscam o difícil equilíbrio entre a conquista da audiência e, conseqüentemente, a adesão aos anúncios publicitários, e o dinheiro do orçamento do Estado, que sempre vem acompanhado do risco da influência dos governantes nas decisões das emissoras.

No Brasil, a trajetória das emissoras públicas está alicerçada no Estado. Sem alternativas de captação significativa de recursos, mesmo emissoras como TV Cultura de São

Paulo e TV Brasil são dependentes das verbas públicas para continuar funcionando. A crise enfrentada pela TV Brasil desde a posse de Michel Temer na presidência da República, em agosto de 2016, confirma essa situação. O governo Federal mudou o estatuto da EBC extinguindo o conselho curador e acabando com o mandato de quatro anos do presidente da estatal. Agora, o presidente da República pode nomear e exonerar os cargos de gestão da EBC quando quiser. No final de 2017 foi aberto um Plano de Demissão Voluntária (PDV) e anunciado novo corte de mais de R\$ 10 milhões no orçamento de 2018.

Nessa perspectiva, a conjuntura da TVE é marcada pela onipresença do aparelho do Estado. A partir dos documentos oficiais analisados, é possível concluir que nunca existiu um projeto para implantação de uma emissora pública em Alagoas. Sua concepção inicial, no final da década de 1960, era para fins didáticos, no sentido de produção de vídeo-aulas como mecanismo para diminuir o alto índice de analfabetismo. A iniciativa foi cancelada pelo então governador Lamenha Filho e a TVE silenciada até a década de 80, quando o governo estadual decidiu começar a retransmitir, de maneira improvisada, o sinal da extinta TVE Rio de Janeiro, hoje TV Brasil. A mudança só aconteceria em 2004 com a construção da sede da TVE, aquisição de equipamentos, realização de concurso público e produção sistemática de conteúdo.

Porém, essas transformações foram apenas estruturais. A TVE, agora administrada pelo Instituto Zumbi dos Palmares (IZP), não avançou em critérios fundamentais que a colocasse na trilha para se transformar numa emissora pública. O primeiro indicativo desta constatação é a ausência da sociedade em qualquer forma de discussão sobre sua existência e o modelo de funcionamento. A inexistência de uma legislação específica para TVE reforça esse impedimento de participação de membros da sociedade em conselhos ou outros mecanismos jurídicos que garantam a pluralidade na tomada de decisões. A emissora está sujeita a lei de criação e ao regimento interno do IZP, que não dispõe de artigos específicos sobre o funcionamento das emissoras de rádio e televisão. Essa situação jurídica, além de vedar a inclusão da sociedade, deixa a TVE à disposição das subjetividades dos ocupantes dos cargos de gestão designados pelo governador do Estado.

A dependência financeira dos cofres públicos também reafirma a condição de emissora estatal da TVE. Sem expressiva captação de recursos através de apoio cultural, convênio e prestação de serviço, a emissora depende das variações do orçamento definido pelo governo para sobreviver. Sem uma política definida de investimentos e os cortes a cada ano no orçamento do IZP, a emissora entrou em processo ora de recuo, ora de estagnação do parque tecnológico e da produção de conteúdo. Essa situação vem alimentando um ciclo ainda

mais danoso: a dificuldade de sintonizar o canal em Maceió e a impossibilidade nos outros 101 municípios alagoanos leva a sua exclusão do cotidiano dos alagoanos e, conseqüentemente, causa o desinteresse dos governantes em investir na emissora, já que eles buscam a audiência como ferramenta eleitoral. Essa lógica equivocada tem deixado a TVE sem condições de se efetivar como alternativa a programação das emissoras comerciais.

A análise dos modelos de gestão de produção de conteúdo demonstra a centralidade do Estado tanto nas escolhas dos gestores da emissora quanto na definição das pautas a serem executadas pelo departamento de Jornalismo. Apesar do esforço da atual gestão em aumentar a pluralidade na cobertura jornalística, ainda predominam nos programas analisados (Pauta Especial e TVE em Dia) reportagens e entrevistas de estúdio evidenciando as ações da agenda positiva do governo do Estado.

Diante do exposto, concluímos que a TVE de Alagoas se constitui numa emissora de caráter predominantemente estatal e sem perspectivas, no contexto atual, de evolução para o campo público, uma vez que não existem mecanismos que a conduzam a obtenção da independência política, jurídica, administrativa e editorial. Esse engessamento político, administrativo e financeiro causado pelo aparelho do Estado impossibilitou a inserção da emissora na sociedade alagoana, deixando mais de três milhões de telespectadores à mercê do conteúdo ideológico produzidos pelas emissoras comerciais.

Porém, é preciso ressaltar que a mudança desse cenário é possível a partir da efetiva interlocução entre governo e sociedade civil no sentido de promover debates e reflexões sobre a natureza e as funções da TVE e suas possibilidades de contribuição no processo de fortalecimento da cultura regional, da educação crítica e do exercício da cidadania.

Um segundo passo seria a reformulação das práticas políticas, administrativas, financeiras e editorial para garantir segurança jurídica e econômica para a produção de informação alicerçado na pluralidade e, com isso, abrir espaço para o aprofundamento de questões sociais de extrema importância e que são tratadas de maneira superficiais pelas emissoras privadas.

O percurso realizado durante a construção desta dissertação demonstra, de maneira muito clara, que é não tarefa fácil e, muitas vezes nem tão nítida, conseguir independência do mercado e do governo. Estudiosos também reafirmam a dificuldade de materializar as formulações teóricas do campo público de televisão. O único consenso é que a existência das emissoras não comerciais e suas mais diversas modalidades é a única possibilidade de resistência diante da força política e ideológica das grandes redes de televisão no país.



## REFERÊNCIAS

ALAGOAS (Estado). Lei nº 1.708, de 31 de julho de 1953. Oficializou a Rádio Difusora como autarquia estadual. **Diário oficial do Estado**.

ALAGOAS (Estado). Lei nº 6.224, de 08 de janeiro de 2001. Dispõe sobre a criação e a estrutura do Instituto Zumbi dos Palmares - IZP, e dá outras providências. **Diário oficial do Estado**. Disponível em: <<http://transparencia.al.gov.br/media/legislacao/2001/Lei%20N%C2%BA%206.224%20-%2001.pdf>>. Acesso em: 21 abr.2017.

ALAGOAS (Estado). Lei delegada nº43, de 28 de junho de 2007. Define as áreas, os meios e as formas de atuação do poder executivo do estado de Alagoas e dá outras providências. **Diário oficial do Estado**. Disponível em: <<http://www.controladoria.al.gov.br/legislacao/leis-delegadas/Lei%20Delegada%20no%2043-%20de%2028%20de%20junho%20de%202007.pdf/view>>. Acesso em 15 ago. 2017.

ALAGOAS (Estado). Lei delegada nº 47, de 10 de agosto de 2015. Institui o modelo de gestão da administração pública estadual do poder executivo, e dá outras providências. **Diário oficial do Estado**. Disponível em: <<http://www.controladoria.al.gov.br/legislacao/leis-delegadas/Lei%20Delegada%202015.pdf/view>>. Acesso em 16 ago. 2017.

ALAGOAS (Estado). Decreto nº 51.014, de 28 de novembro de 2016. Dispõe sobre o regimento interno do Instituto Zumbi dos Palmares – IZP. **Diário Oficial do Estado**.

ALENCAR, Cláudio. **Contando Histórias**. Maceió: SERGASA – Serviços Gráficos de Alagoas S/A, 1991.

ALVIN, Renato Sérgio Torres; BARROS, Marinete Sousa de. **Política de programação local em Televisão Educativa**. 1987. 69 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharel em jornalismo) – Curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo, Universidade Federal de Alagoas (UFAL), Maceió, 1987.

ARENDDT, Hannah. **A condição humana**. 10.ed. Rio de Janeiro: Forense universitária, 2007.

ARISTÓTELES. **A política**. 2. ed. Bauru: Edipro, 2009.

BARBOSA, Bia. Senado aprova MP de Temer que desmonta a EBC. **Carta capital**. 07 de fevereiro de 2017. Disponível em: <<https://www.cartacapital.com.br/blogs/intervozes/senado-vota-esta-semana-mp-que-desmonta-empresa-publica-de-comunicacao>>. Acesso em: 20 abr.2017.

BÉLTRAN, German Ray. O Cenário móvel da televisão pública: alguns elementos do contexto. In: RINCÓN, Omar. **Televisão Pública: do consumidor ao cidadão**. São Paulo: Friedrich Ebert Stiftung, 2012.

BENHABIB, S. **Models of public space**: Hannah Arendt, the liberal tradition, and Jürgen Habermas. In: CALHOUN, C. [Ed.] *Habermas and the public space*. 4.ed. Massachusetts: The MIT Press, p. 73-98, 1996.

BOLAÑO, César Ricardo Siqueira. **Qual a lógica das políticas de comunicação no Brasil?** São Paulo: Paulus, 2007.

\_\_\_\_\_. **Mercado Brasileiro de Televisão**. São Paulo: EDUC, 2004.

BORGNETH, Mário. I Fórum Nacional de TVs Públicas – Um processo em construção. In: Vários autores. **I Fórum Nacional de TVs Públicas: Diagnóstico do Campo Público de Televisão**. Brasília: Ministério da Cultura, 2006. p. 27-30.

BORDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Zahar, 1997.

\_\_\_\_\_. **O Poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2011.

BRANDÃO, Elizabeth. Comunicação Pública: o cidadão, o Estado e o governo. In: SILVA, Luiz Martins da (Org.). **Comunicação pública**. Brasília: Casa das Musas, 2003.

BRASIL. Decreto-lei nº 235, de 28 de fevereiro de 1967. Acrescenta parágrafo ao art. 1º do Decreto-Lei nº162, de 13 de fevereiro de 1967. **Diário Oficial da União**, 15 de março de 1967. Disponível em: <<http://www2.camara.leg.br/legin/fed/declei/1960-1969/decreto-lei-235-28-fevereiro-1967-376044-publicacaooriginal-1-pe.html>>. Acesso em 15 de abr. 2017.

BRASIL. Decreto nº 236, de 28 de fevereiro de 1967. Complementa e modifica a lei 4.117, de 27 de agosto 1962. (que institui o código brasileiro de telecomunicações). **Diário Oficial da União**, 28 fev. 1967. Disponível em:

<[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/decreto-lei/Del0236.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/Del0236.htm)>. Acesso em 18 de abr. 2017.

\_\_\_\_\_. Lei nº 8.997, de 1995. Dispõe sobre a criação dos cargos que menciona. **Diário Oficial da União**, 25 de fevereiro de 1995. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L8997.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8997.htm)>. Acesso em 16 de abr.2017.

\_\_\_\_\_.15 de junho de 2005. **Diário Oficial da União**. Brasília, jun. 2005.

\_\_\_\_\_. Decreto nº 6.246 de 24 de outubro de 2007. Cria a Empresa Brasil de Comunicação – EBC, aprova seu Estatuto e dá outras providências. **Diário Oficial da União**, 25 out. 2007. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2007-2010/2007/decreto/d6246.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2007/decreto/d6246.htm)>. Acesso em 18 de abr. 2017.

BRETON, Philippe e PROULX, Serge. **Sociologia da comunicação**. 4.ed. São Paulo: Edições Loyola Jesuítas, 2013.

BUCCI, Eugênio. **A TV pública não faz, não deveria dizer que faz, e pensando bem, deveria declarar abertamente que não faz entretenimento**. In: Fórum Nacional de TVs Públicas. Cadernos de Debates, 2006.

\_\_\_\_\_. **É possível fazer televisão pública no Brasil?** Novos Estudos CEBRAP, São Paulo, n 88, dez 2010. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0101-33002010000300001](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0101-33002010000300001)>. Acesso em: 15 ago. 2017.

\_\_\_\_\_. **O estado de Narciso: a comunicação pública a serviço da vaidade particular**. São Paulo: Companhia das letras, 2015.

BUCCI, Eugênio; CHIARETTI, Marco; FIORINI, Ana Maria. **Indicadores de qualidade nas emissoras: uma avaliação contemporânea**. UNESCO, 2012 (Série Debate CI). N 10, jun.2012.

BURKE, Richard. **Televisão Educativa**. São Paulo: Cultrix, 1971.

CARTA de Brasília. 2007. I Fórum Nacional de TVs Públicas, 2007. Disponível em: <<https://www.cartamaior.com.br/?/Editoria/Direitos-Humanos/Leia-na-integra-a-Carta-de-Brasilia/5/13076>>. Acesso em 18 dez 2017.

CARVALHO, J., Marques de. **Televisão pública no Brasil**: Um estudo de caso da TV Brasil e as características de um sistema público de comunicação. 2013. 195 f. Dissertação de mestrado. Universidade Estadual Paulista Júlio Mesquita Filho, Bauru (SP).

CARVALHO, Lucas Correia. **Esfera pública e esfera privada**: uma comparação entre Hannah Arendt e Jürgen Habermas. Revista Habitus: revista eletrônica dos alunos de graduação em Ciências Sociais - IFCS/UFRJ, Rio de Janeiro, v.6, n. 1, p.38-52, dez.2008. Semestral. Disponível em: <[www.habitus.ifcs.ufrj.br](http://www.habitus.ifcs.ufrj.br)>. Acesso em: 18 de mai. 2016.

COELHO, Marco Antonio. TVE Notícias. [out 2001]. Entrevistador: Tony Medeiros: IZP 2001. Entrevista concedida ao Programa TVE Notícias.

COUTINHO, Iluska. **A informação na TV pública**. Florianópolis: Editora Insular, 2013.

CRESWELL, John W. **Projeto de Pesquisa**: Métodos Qualitativo, Quantitativo e Misto. 3.ed. Porto Alegre: Artmed, 2010.

CRUZ, Maurício Stunitz. **Público e privado**: o surgimento e a evolução dos conceitos. 2009. Disponível em: <[www.batebyte.pr.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=1468%3ehttp://www.batebyte.pr.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=1468](http://www.batebyte.pr.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=1468%3ehttp://www.batebyte.pr.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=1468)>. Acesso em: 18 de abr. 2016.

DUARTE, Jorge (Org.). **Comunicação pública**: Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público. 3.ed. São Paulo: Atlas, 2012.

ECO, Humberto. **Apocalípticos e Integrados**. 5.ed. São Paulo: Editora Perspectiva, 1998.

EULÁLIO, Marcelo Martins. **A significação do público e do privado** – A concepção de Rousseau e concepção moderna de Habermas. In: Revista Interdisciplinar. Vol. 3, n 1, p.43-48. Teresina, Jan-mar. 2010.

FERRO, Ricardo José Oliveira; RAMIRES, Lídia Maria Marinho da Pureza. Rádio Difusora de Alagoas – a caçula das Américas. In: ENCONTRO

NACIONAL DE HISTÓRIA DA MÍDIA, 9., 2013, Ouro Preto. **Anais eletrônicos...** Ouro Preto, Universidade Federal de Ouro Preto, 2013. Disponível em: < <http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/encontros-nacionais/9o-encontro-2013>>. Acesso em: 05 dez 2017.

FLICK, Uwe. **Introdução à pesquisa qualitativa**: 3.ed. Porto Alegre: Artmed, 2009.

FOUCAULT, Michael. **A microfísica do poder**. 28.ed. Rio de Janeiro: Record, 2014.

GAIA, Rossana. **IZP: comunicação pública a serviço do cidadão**. Maceió: Grafitex, 2005.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6.ed. São Paulo: Editora Atlas, 2011.

GOMES, Pablo Dias de Melo. **A TVCOM Maceió e seu papel na democratização da comunicação**. 2016. 59 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharel em Jornalismo) – Curso de Jornalismo, Centro Universitário Tiradentes (UNIT/ AL), Maceió, 2016.

GORDON, G. **Televisão educativa**. Rio de Janeiro: Bloch Editores, 1967.

GRAMSCI, Antonio. **Maquiavel, a política e o Estado Moderno**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1978.

GUARESCHI, Pedrinho A. **O direito humano à comunicação:** pela democratização da mídia. Editora Vozes, 2012.

HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural da esfera pública:** Investigações sobre uma categoria da sociedade burguesa. Tradução de Denilson Luís Werle. I. Ed. São Paulo: Editora Unesp, 2014.

HASWANI, Mariângela Furlan. **Comunicação pública:** bases e abrangências. São Paulo: Saraiva, 2013.

HASWANI, Mariângela Furlan. Comunicação Pública 360 graus e a garantia de direitos. In: KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Comunicação pública, sociedade e cidadania.** São Caetano do Sul (SP): Difusão Editora, 2011.

HOUAISS, A.; VILLAR, M. S. **Dicionário Houaiss da língua portuguesa.** Rio de Janeiro: Objetiva, 2009.

INSTITUTO ZUMBI DOS PALMARES. Secretaria Executiva de administração, recursos humanos e patrimônio. **Edital.** Maceió, 2003.

KOTSCHO, Ricardo. TV Pública: espaço da pluralidade. In \_\_\_\_\_. O desafio da TV pública: uma reflexão sobre sustentabilidade e qualidade. Rio de Janeiro: Rede Brasil, 2003. p.76-77.

LEAL FILHO, Laurindo. **A melhor TV do mundo:** O modelo britânico de televisão. São Paulo, Summus, 1997.

\_\_\_\_\_. **A Televisão pública brasileira:** vazão histórico. In: XVI Encontro da Compós, 2007, Curitiba. Anais... (ou Resumos). Curitiba: UTP, 2007. p. 1-18.

LEAL FILHO, Laurindo. Sociedade e Televisão. In: BRITTOS, V. C.; CABRAL, A; (Orgs). **Economia política da comunicação:** interfaces brasileiras. Rio de Janeiro: E-papers, 2008. p. 192-200.

LESSA, Ronaldo. TVE Notícias. [out 2001]. Entrevistador: Tony Medeiros: IZP 2001. Entrevista concedida ao Programa TVE Notícias.

MATOS, Heloiza. Comunicação Pública, democracia e cidadania: o caso de Legislativo. In: SILVA, Luiz Martins da (Org.). **Comunicação pública**. Brasília: Casa das Musas, 2003.

MELO, José Marques de. **Jornalismo Opinativo**: gêneros opinativos no jornalismo brasileiro. 3ª ed. Campos do Jordão: Mantiqueira, 2003.

MILANEZ, Liana. **TVE**: cenas de uma história. Acerp. 2007.

MIOLA, E. Radiodifusão pública e participação deliberativa: um estudo das características e dos modos de atuação do Conselho Deliberativo da Fundação Cultural Piratini. 2009. 195 f. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal da Bahia, Faculdade de Comunicação, Salvador, 2009.

MOREIRA, Maria Rachel Fiúza: depoimento. [17 de nov 2017]. Maceió. Entrevista concedida ao autor via e-mail.

MONTEIRO, Graça França. A singularidade da comunicação pública. In:

DUARTE, Jorge (Org.). **Comunicação pública**: Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público. 3.ed. São Paulo: Atlas, 2012.

OTONDO, Teresa Monteiro. **Televisão pública para quem e para quê?** São Paulo: Annablume. 2012.

PINTO, Edberto Ticianeli. A história do rádio em Alagoas. **História de Alagoas**, Alagoas, 6, jun. 2015. Disponível em: <<http://www.historiadealagoas.com.br/a-historia-do-radio-em-alagoas.html>>. Acesso em: 21 nov.2017.

POMBO, Olga. **Interdisciplinaridade e integração dos saberes**. Liinc em Revista, v.1, n.1, p.3-15, mar. 2005. Disponível em: <<http://revista.ibict.br/liinc/index.php/liinc/article/view/186/103>>. Acesso em: 15 de jun 2015.

PORTALES, Diego. Televisão Pública na América Latina: Crises e Oportunidades. In: RINCÓN, Omar. **Televisão pública**: do consumidor ao cidadão. São Paulo: Friedrich Ebert Stiftung, 2002.

PRIOR, Hélder e SOUZA, João Carlos. **A mudança estrutural do público e do privado**. In: Observatório. V.8, n.3, Lisboa, set/2014. Disponível em: <[http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1646-59542014000300001](http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1646-59542014000300001)>. Acesso em: 10 de abr. 2016.

RÁDIO FM Educativa é inaugurada com elogios. **Gazeta de Alagoas**, Maceió, fev. 1986.

ROTHBERG, Danilo. **Jornalismo Público**: informação, cidadania e televisão. São Paulo: Editora Unesp, 2011.

SANTOS, Cintia Regina dos: depoimento. [17 de nov 2017]. Maceió. Entrevista concedida ao autor via e-mail.

SANTOS JUNIOR, Manoel Miranda dos: depoimento. [17 de nov 2017]. Maceió. Entrevista concedida ao autor via e-mail.

SEM profissionais concursados, TV educativa enfrenta problemas para manter produção. **Intervozes**. São Paulo, out. 2009.

SILVA, Danilo Cordeiro. **Público e privado em Aristóteles**. 2012. Disponível em: <<http://meuartigo.brasilescola.uol.com.br/filosofia/publico-privado-aristoteles.htm>>. Acesso em: 02 de mar. 2016.

SILVA, Luiz Martins da. Comunicação Pública: Estado, governo e sociedade. Brasília: Casa das Musas, 2003. In: SILVA, Luiz Martins da (Org.). **Comunicação pública**. Brasília: Casa das Musas, 2003.

SILVA, S. P. Sistema Público de Comunicação na Austrália. In: **Intervozes – Sistemas públicos de comunicação no mundo: experiência de dozes países e o caso brasileiro**. São Paulo: Paulus, 2009 (Coleção Comunicação).



SILVA, S. P. Sistema Público de Comunicação na Colômbia. In: **Intervozes** – Sistemas públicos de comunicação no mundo: experiência de dozes países e o caso brasileiro. São Paulo: Paulus, 2009 (Coleção Comunicação).

\_\_\_\_\_. Sistema Público de Comunicação no Canadá. In: **Intervozes** – Sistemas públicos de comunicação no mundo: experiência de dozes países e o caso brasileiro. São Paulo: Paulus, 2009 (Coleção Comunicação).

THOMPSON, Jonh B. **A mídia e a modernidade**: uma teoria social da mídia. Petrópolis (RJ): Vozes, 1998.

UNESCO. La radio y television pública: ¿Por qué? ¿Cómo? 2001. Disponível em: <<http://www.unesco.org/new/es/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/public-broadcasting-why-how/>>. Acesso em: 26 abr 2017.

UNESCO. **Public Broadcasting: How? Why?** Montreal, World Radio and Television Council, 2000. Disponível em: <[www.iesalc.unesco.org.br](http://www.iesalc.unesco.org.br)>. Acesso em 26 abr. 2017.

VALENTE, Jonas e AZEVEDO, Flávia. Sistema Público de Comunicação de Portugal. In: **Intervozes** – Sistemas públicos de comunicação no mundo: experiência de dozes países e o caso brasileiro. São Paulo: Paulus, 2009 (Coleção Comunicação).

VALENTE, Jonas. Concepções e abordagens conceituais sobre sistema público de comunicação. In: **Intervozes** – Sistemas públicos de comunicação no mundo: experiência de dozes países e o caso brasileiro. São Paulo: Paulus, 2009 (Coleção Comunicação).

\_\_\_\_\_. Sistema Público de Comunicação da França. In: **Intervozes** – Sistemas públicos de comunicação no mundo: experiência de dozes países e o caso brasileiro. São Paulo: Paulus, 2009 (Coleção Comunicação).

\_\_\_\_\_. Sistema Público de Comunicação na Itália. In: **Intervozes** – Sistemas públicos de comunicação no mundo: experiência de dozes países e o caso brasileiro. São Paulo: Paulus, 2009 (Coleção Comunicação).

\_\_\_\_\_. **Sistemas públicos de comunicação no mundo**. São Paulo: Paulus, 2009.

VASCONCELOS, Marcus. **TVE Notícias**. [maio 2001]. Entrevistador: Tony Medeiros: IZP 2001. Entrevista concedida ao Programa TVE Notícias.

VIEIRA, L. **Os argonautas da cidadania**: a sociedade civil na globalização. Rio de Janeiro: Record, 2001.

WOLTON, Dominique. **Pensar a comunicação**. Tradução de Zélia Leal Adghini. Brasília: Editora UnB, 2004.

YIN, R. K. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2015.

**ANEXOS**

## ANEXO A – ENTREVISTAS

### CINTIA REGINA DOS SANTOS

#### **1. Qual a importância de uma TV não-comercial para Alagoas?**

A importância dessa categoria televisiva para Alagoas não difere do que representa para o restante do país. Ou seja, ao diferenciarmos os tipos de TVs abertas (comerciais) daquelas geridas pelo sistema público de comunicação ou estatal, estamos falando da prerrogativa de estabelecer um diálogo contínuo com a sociedade e suas demandas, sem a mediação do interesse econômico.

Reitera-se aqui a dupla responsabilidade das TVs não comerciais na inserção de uma programação que contemple as questões inseridas num contexto de inclusão social.

O jornalismo da TV pública, estatal deve ser um gatilho para a abordagem e o fortalecimento ao direito à dignidade dos seres humanos e suas novas configurações sociais, sexuais, de gênero e de cidadania. A Comunicação Pública, como Elizabeth Brandão a define, é o processo de comunicação que se instaura na esfera pública entre o Estado, o Governo e a Sociedade e que se propõe a ser um espaço privilegiado de negociação entre os interesses das diversas instâncias constitutivas da vida pública do país. (BRANDÃO, 2009, p.31).

#### **2. No que a produção de conteúdo da TVE/AL se diferencia das TVs comerciais locais?**

Por se tratar de uma TV estatal, não comercial, a TVE representa a possibilidade de ampliar o espectro editorial para além do agendamento definido pela factualidade dos assuntos. E, quando isso ocorre, o valor notícia dos fatos passam a ter uma flexibilidade maior o que representa a inclusão na pauta de grupos e/ou situações pouco observadas no dia a dia das demais redações.

Apesar da falta de investimentos na produção de conteúdo, tentamos abordar e, muitas vezes aprofundar, temas pouco abordados pelas demais emissoras. Mas isso nem sempre é possível por questões estruturais. É importante demarcar que, atualmente, a TVE conta com uma única equipe de externa. E as dificuldades para investimentos na renovação de equipamentos internos dificulta também a produção de conteúdo estúdio.

Ainda assim, tentamos equacionar demandas jornalísticas nas áreas de serviço, cultura, cobertura de governo e reportagens especiais sobre temas variados. Também retomamos a produção de programas voltados para reportagens mais aprofundadas sobre demandas atuais e

de interesse coletivo, à exemplo da retomada do Programa Página Aberta (reportagem); criação do Programa Contemporânea, com formato atualizado e abordagem de temas pouco trabalhados nas TVs abertas (gênero, comportamento, religião, etnia, preconceito etc.). No campo do audiovisual e com enfoque na produção local foi criado o Programa Filmaí, com resgate de histórias e nomes que formam a cena cinematográfica alagoana.

**3. Existe um manual para auxiliar os profissionais envolvidos diretamente na produção de conteúdo?**

Não existe um manual local, pensado a partir das especificidades da TVE. Sempre que necessário, as consultas eram feitas ao Manual de Jornalismo da EBC, elaborado em 2013.

**4. Como se dá o processo de discussão e definição das pautas a serem executadas pela reportagem e programas de estúdio?**

As pautas são discutidas com a produção a partir de demandas atuais e do resgate da memória de aspectos da cultura e da história locais. Como foi dito anteriormente, o propósito é manter espaço para as informações de serviço e para as reportagens ampliadas.

**5. Como se efetiva o diálogo com a secretaria de Comunicação, a qual a TVE/AL está vinculada, no processo de produção de conteúdo?**

O canal de diálogo é aberto. Em tese, tem-se a dimensão do que poderia ser feito do ponto de vista de diversificação da produção de conteúdo, mas a falta de investimento inviabiliza a execução de projetos fundamentais para o fortalecimento da produção local.

**6. Existe algum mecanismo de interlocução com a sociedade que auxilie na definição dos conteúdos a serem produzidos?**

Não.

**7. Como avalia a programação da TVE/AL oferecida aos telespectadores?**

Apesar da reduzida margem para a produção local, existe uma atenção especial com os conteúdos produzidos. A TVE abre espaço para demandas específicas de Alagoas. Aliada a esse perfil, a escolha de parceiras cujo trabalho é voltada para o enfoque regionalizado, à exemplo da TV Brasil (vinculada à EBC) e a TV Cultura, possibilitam o acesso a um tipo de produção televisiva que mostra e dialoga com diferentes feições do Brasil, tanto no segmento jornalístico propriamente dito, quanto nas programações culturais e nas atrações voltadas para

o público infantil. Nesse último quesito, a oferta de séries e desenhos animados educativos é reconhecida nacionalmente.

O problema é que essa oferta é pouco divulgada. Não existe uma campanha efetiva, mostrando que ao sintonizar na TVE o público tem acesso a conteúdo de qualidade, sem precisar pagar por isso.

#### **8. A que atribui uma audiência tão baixa da TVE/AL?**

Acredito que a dificuldade de sintonia de sinal seja o principal inibidor da audiência. Soma-se a esse impeditivo a falta de divulgação da existência da TVE.

#### **9. Em sua opinião, a TVE/AL pode ser considerada uma TV Pública?**

Não. Acredito que a TVE esteja situada numa espécie de limbo classificatório, onde ora é chamada a ter uma programação que estimule o pensamento crítico e o estímulo à diversidade, ora é instada a divulgar as ações de governo. Esse terreno dúbio, aliado a falta de conselhos deliberativo e editorial, responsáveis não apenas pela nomeação de seus gestores, mas também pela definição do perfil de sua linha editorial gera conflitos e incompreensões, internas e externas.

Contudo, é possível afirmar que a maior parte do que é produzido pela TVE não apenas reflete sobre as construções identitárias que incidem no espaço social contemporâneo, como também contempla a necessidade do diálogo acerca da multiplicidade de referenciais demandados na atualidade.

A partir do tratamento de parâmetros técnicos (programação, angulação e abrangência da notícia) que norteiam a pauta jornalística.

O foco não é a audiência de massa, mas o diálogo com uma multiplicidade de públicos.

#### **10. Gostaria de acrescentar mais alguma informação?**

Vale ressaltar que, nos casos em que a materialidade da produção jornalística são as mudanças de costumes, a relevância da polifonia (a pluralidade de vozes) tem sido uma constante na TVE. O que ocorre também nos debates referentes ao respeito e à equidade e à diversidade de gênero segmentos no qual a TVE tem se mostrado um terreno fértil e propício ao debate.

Há que se considerar, por exemplo, o aumento da inserção da temática gênero – orientação, sexo e identidade – como tópico amplamente discutido na programação local.

## MARIA RACHEL FIÚZA MOREIRA

### **1. Qual a importância de uma TV não-comercial para Alagoas?**

Ter uma TV não comercial no estado, assim como em outras localidades do país, é abrir outras possibilidades de acesso à informação, cultura e ao entretenimento. Uma alternativa, principalmente, para aqueles que não possuem assinatura de TV. O fato de não ser comercial possibilita abrir novos espaços para assuntos que corriqueiramente não entram na pauta das emissoras comerciais que têm compromissos com o mercado-audiência. Um exemplo claro desse aspecto é ter na TV educativa-AL um programa voltado para discutir questões ligadas à educação (ESCOLA VIVA).

### **2. No que a produção de conteúdo da TVE/AL se diferencia das TVs comerciais locais?**

Podemos começar citando o programa sobre educação, citado na resposta anterior. Tem um conteúdo voltado, prioritariamente, para o cidadão, já que o compromisso não é com o consumidor. Como o mercado-audiência não é a principal preocupação, o conteúdo da TVE pode se voltar para os assuntos com mais tempo e maior profundidade. No entanto, o número reduzido de equipes de jornalismo acaba prejudicando a produção de conteúdo.

### **3. Existe um manual para auxiliar os profissionais envolvidos diretamente na produção de conteúdo?**

Na época em que eu era diretora de jornalismo tinha um manual que foi produzido pela EBC, mas quase nunca ele era consultado. O que valia mesmo era a experiência dos profissionais envolvidos na produção.

### **4. Como se dá o processo de discussão e definição das pautas a serem executadas pela reportagem e programas de estúdio?**

As pautas eram sempre discutidas entre os produtores e a direção de jornalismo levando em consideração a relevância dos assuntos que teriam cobertura dos veículos. Os mais factuais eram direcionados para as equipes da Rádio Difusora por ter programação jornalística diária. A TVE trabalhava com pautas mais “frias” ou especiais.

**5. Como se efetiva o diálogo com a secretaria de Comunicação, a qual a TVE/AL está vinculada, no processo de produção de conteúdo?**

O diálogo acontecia sempre via presidência do IZP, raramente existia um diálogo direto. As demandas eram sempre via presidência e estavam relacionadas a pautas de ações de governo.

**6. Existe algum mecanismo de interlocução com a sociedade que auxilie na definição dos conteúdos a serem produzidos?**

A interlocução acontecia a partir de contatos diretos, através de e-mails, telefones ou redes sociais.

**7. Como avalia a programação da TVE/AL oferecida aos telespectadores?**

A programação da TVE-AL deixava muito a desejar pois existia e ainda existe uma carência imensa para atender as demandas e incrementar a programação. Vários impedimentos legais dificultam a contratação de profissionais e a compra de novos equipamentos. A TVE-AL, como todo IZP, sofre com a saída de vários concursados que não foram substituídos.

**8. A que atribui uma audiência tão baixa da TVE/AL?**

A fragilidade da programação local, o baixo alcance do sinal, pouca divulgação e pouco investimento.

**9. Em sua opinião, a TVE/AL pode ser considerada uma TV Pública?**

O conceito de público não é tão simples de se definir. Seria público o que “pertence” ao povo? Mas, a questão é: quem financia a emissora? O financiamento não é feito diretamente pela população, vide o caso da BBC-Londres. A TVE-AL é financiada pelo Estado, tem gerência do Estado. Não existe nem um Conselho deliberativo com representantes da sociedade civil para aprovar as decisões...

Talvez seja melhor afirmar que é uma TV Estatal. Mas essa é uma questão polêmica...

**10. Gostaria de acrescentar mais alguma informação**

Acho que para ter uma mudança significativa na TVE seria necessário que o poder público encarasse a questão como um investimento em cultura, informação e entretenimento.



## MANOEL MIRANDA DOS SANTOS JUNIOR

### **1. Qual a importância de uma TV não-comercial para Alagoas?**

Basicamente, a liberdade de expressão. Sem vínculo comercial, podemos ir adiante na abordagem de assuntos que não merecem a atenção das TVs ditas comerciais. Cito sempre o exemplo da Rede Globo, que impede que nomes de empresas, hospitais, firmas comerciais sejam citados nas reportagens, o que resulta numa informação incompleta. Quando dirigi o jornalismo, um repórter fez uma matéria sobre um hospital do Estado e não mencionou o nome. Indaguei o porquê e ele disse que isso não se fazia. Expliquei que na Educativa era diferente. Tínhamos obrigação de informar o público. Era nossa missão.

### **2. No que a produção de conteúdo da TVE/AL se diferencia das TVs comerciais locais?**

Podemos ir além do factual. Elencar assuntos que fujam da procura por audiência. Não podemos ser apenas informativos, temos, também, que ser formativos.

### **3. Existe um manual para auxiliar os profissionais envolvidos diretamente na produção de conteúdo?**

A TV Cultura/SP tinha algo nesse sentido. Mas não chegamos a produzir um manual local. O que sempre nos guiou foi o bom senso. Participei de encontros com diretores de outro estado e constatei que a realidade local conduzia o estilo.

### **4. Como se dá o processo de discussão e definição das pautas a serem executadas pela reportagem e programas de estúdio?**

Não há imposição. A democracia prevalece. Claro que há prioridades, como a abordagem de assuntos voltados para saúde e educação. Além disso, sempre priorizei o olhar dos profissionais na rua. O cotidiano estimula o cérebro e gera conteúdo.

### **5. Como se efetiva o diálogo com a secretaria de Comunicação, a qual a TVE/AL está vinculada, no processo de produção de conteúdo?**

Na minha época não havia obrigação. Não éramos a TV chapa branca. Conversávamos. O que fosse relevante merecia cobertura, caso contrário, uma nota.

**6.Existe algum mecanismo de interlocução com a sociedade que auxilie na definição dos conteúdos a serem produzidos?**

Sim. Acredito que sindicatos e associações sejam fundamentais para esse diálogo. Por vezes, o que parece irrelevante é importante para uma parcela da sociedade. Vide o caso das colônias de pesca. Os pescadores antecipam acontecimentos que só depois acabam afetando a sociedade. O complexo lagunar é um exemplo disso.

**7.Como avalia a programação da TVE/AL oferecida aos telespectadores?**

Poderia ser mais abrangente, mas as dificuldades técnicas impedem que avancemos. O IZP foi criado no governo Ronaldo Lessa, mas os seguidores não investiram na instituição. Com mais recursos, poderíamos produzir conteúdo com mais intensidade.

**8.A que atribui uma audiência tão baixa da TVE/AL?**

O sinal fraco. Precisamos de uma antena potente e mais inovação tecnológica.

**9.Em sua opinião, a TVE/AL pode ser considerada uma TV Pública?**

Sim.

**10.Gostaria de acrescentar mais alguma informação?**

Os profissionais que ali trabalham poderiam pressionar por melhorias.

## ANEXO B – GRADE DE PROGRAMAÇÃO DA TV EDUCATIVA

**Instituto Zumbi dos Palmares - IZP**

**TV Educativa – Canal 3 – Maceió/AL**

Programação para o período de 15/01 a 21/01/2018



### SEGUNDA-FEIRA 15/01/2018

05:30 – NOVO TELECURSO ENSINO FUNDAMENTAL  
 05:45 – NOVO TELECURSO ENSINO MÉDIO  
 06:00 – NOVO TELECURSO PROFISSIONALIZANTE  
 06:30 – INGLÊS COM MÚSICA  
 07:30 – CULTURA REGIONAL  
 07:30 – AMAZÔNIA SAMBA  
 08:00 – COCORICÓ  
 08:15 – PEPPA PIG  
 08:30 – THOMAS E SEUS AMIGOS  
 09:00 - SHIMMER E SHINE II  
 09:30 – BLAZE AND THE MONSTER II  
 09:45 – RUSTY RIVESTI  
 10:15 – NELLA, UMA PRINCESA CORAJOSA  
 10:45 – PATRULHA CANINA III  
 11:15 – QUINTAL DA CULTURA  
**11:30 – PAUTA ESPECIAL (LOCAL)**  
 12:00 – JORNAL DA CULTURA PRIMEIRA EDIÇÃO  
 12:30 – PANORAMA  
 13:00 - SÉSAMO 2017  
 13:30 – PEPPA PIG III  
 14:00 – BUBU E AS CORUJINHAS  
 14:15 – THOMAS E SEUS AMIGOS  
**14:45 – ESCOLA VIVA (LOCAL)**  
**15:00 – EM DIA COM A JUSTIÇA (LOCAL)**  
 15:15 - BLAZE AND THE MONSTER MACHINES  
 15:45 – RUSTY RIVETS  
 16:15 - NELLA, UMA PRINCESA CORAJOSA  
 16:45 – PATRULHA CANINA  
 17:15 – QUINTAL DA CULTURA  
**17:30 – PAUTA ESPECIAL (Reprise)**  
 18:00 – D.P.A – DETETIVES DO PRÉDIO AZUL  
 18:15 – WINX CLUB GODOFREDO  
 18:45 - REGAL ACADEMY  
 19:15 – MAGGIE & BIANCA  
 19:45 – GODOFREDO + SHAUN, O CARNEIRO  
 20:00 - OSMAR, A 1ª FATIA DO PÃO DE FORMA  
 20:15 – FUJIWARA MANCHESTER  
 20:30 – TÁ CERTO?  
 21:00 – A PANTERA COR DE ROSA  
 21:15 – JORNAL DA CULTURA  
 22:15 – RODA VIVA  
 23:45 – CAFÉ FILOSÓFICO  
 01:00 – SETE VIDAS EM 7 CORDAS  
 02:00 – JORNAL DA CULTURA  
 03:00 - PANORAMA  
 03:30 – METRÓPOLIS  
 04:30 – PROVOCAÇÕES  
 05:00 – VIDA FLUXO

**TERÇA-FEIRA 16/01/2018**

05:30 – NOVO TELECURSO ENS. FUNDAMENTAL  
05:45 – NOVO TELECURSO ENSINO MÉDIO  
06:00 – NOVO TELEC. PROFISSIONALIZANTE  
06:30 – INGLÊS COM MÚSICA  
07:30 – CULTURA REGIONAL  
07:30 – CONHECENDO MUSEUS I  
08:00 – COCORICÓ  
08:15 – PEPPA PIG III  
08:30 – QUINTAL DA CULTURA  
08:30 – THOMAS E SEUS AMIGOS  
09:00 - SHIMMER E SHINE II  
09:30 – BLAZE AND THE MONSTER II  
09:45 – RUSTY RIVESTI  
10:15 – NELLA, UMA PRINCESA CORAJOSA  
10:45 – PATRULHA CANINA III  
11:15 – QUINTAL DA CULTURA  
**11:30 – PAUTA ESPECIAL 9LOCAL)**  
12:00 – JORNAL DA CULTURA - PRIMEIRA EDIÇÃO  
12:30 – PANORAMA  
13:00 – SÉSAMO 2017  
13:30 – PEPPA PIG III  
14:00 – BUBU E AS CORUJINHAS  
14:15 – THOMAS E SEUS AMIGOS  
**14:45 – ESCOLA VIVA (LOCAL)**  
**15:00 – EM DIA COM JUSTIÇA (LOCAL)**  
15:15 – BLAZE AND THE MONSTER MACHINES II  
15:45 – RUSTY RIVETS  
16:15 – NELLA, UMA PRINCESA CORAJOSA  
16:45 – PATRULHA CANINA  
17:15 – QUINTAL DA CULTURA  
**17:30 – PAUTA ESPECIAL (LOCAL)**  
18:00 – D.P.A – DETETIVES DO PRÉDIO AZUL  
18:15 – WINX CLUB GODOFREDO  
18:45 - REGAL ACADEMY  
19:15 – MAGGIE & BIANCA  
19:45 – GODOFREDO + SHAUN, O CARNEIRO  
20:00 - OSMAR, A 1ª FATIA DO PÃO DE FORMA  
20:15 –PASSADO DA HORA  
20:30 - TÁ CERTO?  
21:00 – A PANTERA COR DE ROSA  
21:15 – JORNAL DA CULTURA  
22:15 – METRÓPOLIS  
22:30 – SR. BRASIL  
23:30 – CULTURA LIVRE  
00:30 – FANÁTICAS  
01:00 – IMAGEM DO SOM  
02:00 – JORNAL DA CULTURA  
03:00 – PANORAMA  
03:30 – CULTURA MEMÓRIA  
03:30 – MOSAICOS  
04:30 – VIVER NATURAL  
05:00 – EDUCAÇÃO BRASILEIRA

**QUARTA-FEIRA 17/01/2018**

05:30 – NOVO TELECURSO ENS. FUNDAMENTAL  
05:45 – NOVO TELECURSO ENSINO MÉDIO  
65:00 – NOVO TELEC. PROFISSIONALIZANTE  
06:30 – INGLÊS COM MÚSICA  
07:30 – CULTURA REGIONAL  
07:30 – NOVA AMAZÔNIA  
08:00 – COCORICÓ  
08:15 – PEPPA PIG III  
08:30 – QUINTAL DA CULTURA  
08:30 – THOMAS E SEUS AMIGOS  
09:00 - SHIMMER E SHINE II  
09:30 – BLAZE AND THE MONSTER II  
09:45 – RUSTY RIVESTI  
10:15 – NELLA, UMA PRINCESA CORAJOSA  
10:45 – PATRULHA CANINA III  
11:15 – QUINTAL DA CULTURA  
**11:30 – PAUTA ESPECIAL (LOCAL)**  
12:00 – JORNAL DA CULTURA - PRIMEIRA EDIÇÃO  
12:30 – PANORAMA  
13:00 – SÉSAMO 2017  
13:30 – PEPPA PIG III  
14:00 – BUBU E AS CORUJINHAS  
14:15 – THOMAS E SEUS AMIGOS  
**14:45 – ESCOLA VIVA (LOCAL)**  
**15:00 – EM DIA COM A JUSTIÇA (LOCAL)**  
15:15 – BLAZE AND THE MONSTER MACHINES II  
**15:45 – RUSTY RIVETS**  
16:15 – NELLA, UMA PRINCESA CORAJOSA  
16:45 – PATRULHA CANINA  
17:15 – QUINTAL DA CULTURA  
**17:30 – PAUTA ESPECIAL (LOCAL)**  
18:00 – D.P.A – DETETIVES DO PRÉDIO AZUL  
18:15 – WINX CLUB GODOFREDO  
18:45 - REGAL ACADEMY  
19:15 – MAGGIE & BIANCA  
19:45 – GODOFREDO + SHAUN, O CARNEIRO  
20:00 - OSMAR, A 1ª FATIA DO PÃO DE FORMA  
20:15 – OS UNDER  
20:30 – TÁ CERTO?  
21:00 – A PANTERA COR DE ROSA  
21:15 – JORNAL DA CULTURA  
22:15 – METRÓPOLIS  
22:30 – TERRADOIS II  
23:15 – PERSONA EM FOCO  
00:15 – CULTURA MUNDO  
01:15 – VIOLA, MINHA VIOLA – ESPECIAIS 2017  
02:15 – JORNAL DA CULTURA  
03:15 – PANORAMA  
03:45 – C. MEMÓRIA  
03:45 – DIREÇÕES  
05:00 – HISTÓRIA DA ARTE NO BRASIL

**QUINTA-FEIRA 18/01/2018**

05:30 – NOVO TELECURSO ENS. FUNDAMENTAL  
05:45 – NOVO TELECURSO ENSINO MÉDIO  
06:00 – NOVO TELEC. PROFISSIONALIZANTE  
06:30 – INGLÊS COM MÚSICA  
07:30 – CULTURA REGIONAL  
07:30 - CONHECENDO MUSEUS II  
08:00 – COCORICÓ  
08:15 – PEPPA PIG III  
08:30 – QUINTAL DA CULTURA  
08:30 – THOMAS E SEUS AMIGOS  
09:00 - SHIMMER E SHINE II  
09:30 – BLAZE AND THE MONSTER II  
09:45 – RUSTY RIVESTI  
10:15 – NELLA, UMA PRINCESA CORAJOSA  
10:45 – PATRULHA CANINA III  
11:15 – QUINTAL DA CULTURA  
**11:30 – PAUTA ESPECIAL (LOCAL)**  
12:00 – JORNAL DA CULTURA PRIMEIRA EDIÇÃO  
12:30 - PANORAMA  
13:00 – SÉSAMO 2017  
13:30 – PEPPA PIG III  
14:00 – BUBU E AS CORUJINHAS  
14:15 – THOMAS E SEUS AMIGOS  
**14:45 – ESCOLA VIVA (LOCAL)**  
**15:00 – EM DIA COM A JUSTIÇA (LOCAL)**  
15:15 – BLAZE AND THE MONSTER MACHINES  
15:45 – RUSTY RIVETS  
16:15 – NELLA, UMA PRINCESA CORAJOSA  
16:45 – PATRULHA CANINA III  
17:15 – QUINTAL DA CULTURA  
**17:30 – PAUTA ESPECIAL (Reprise)**  
18:00 – D.P.A – DETETIVES DO PRÉDIO AZUL  
18:15 – WINX CLUB GODOFREDO  
18:45 - REGAL ACADEMY  
19:15 – MAGGIE & BIANCA  
19:45 – GODOFREDO + SHAUN, O CARNEIRO  
20:00 - OSMAR, A 1ª FATIA DO PÃO DE FORMA  
20:15 – OS CUPINS  
20:30 – TÁ CERTO?  
21:00 – A PANTERA COR DE ROSA  
21:15 – JORNAL DA CULTURA  
22:15 – METRÓPOLIS  
22:30 – CARTÃO VERDE  
23:30 – ORDEM DO DIA  
00:00 – CAMPUS EM AÇÃO  
00:30 – CAMAROTE 21  
01:00 – SAMBA NA GAMBOA  
02:00 – JORNAL DA CULTURA  
03:00 – PANORAMA  
03:30 – C. MEMÓRIA  
03:30 – ARQUIVO 30  
04:30 – ENTRELINHAS  
05:00 – ARTE & MATEMÁTICA

**SEXTA-FEIRA 19/01/2018**

04:30 – NOVO TELECURSO ENS. FUNDAMENTAL  
 04:45 – NOVO TELECURSO ENSINO MÉDIO  
 05:00 – NOVO TELEC. PROFISSIONALIZANTE  
 05:30 – INGLÊS COM MÚSICA  
 06:30 – CULTURA REGIONAL  
 06:30 – INDIOS DO BRASILÔNIA  
 07:00 – COCORICÓ  
 07:15 – PEPPA PIG III  
 07:30 – QUINTAL DA CULTURA  
 07:30 – THOMAS E SEUS AMIGOS  
 08:00 - SHIMMER E SHINE II  
 08:30 – BLAZE AND THE MONSTER II  
 08:45 – RUSTY RIVESTI  
 09:15 – NELLA, UMA PRINCESA CORAJOSA  
 09:45 – PATRULHA CANINA III  
 10:15 – QUINTAL DA CULTURA  
 10:30 – TURMA DA MÔNICA  
 10:45 – MOMENTO PAPO DE MÃE  
 11:00 – JORNAL DA CULTURA - PRIMEIRA EDIÇÃO  
**11:30 – PAUTA ESPECIAL (LOCAL)**  
 12:00 – JORNAL DA CULTURA PRIMEIRA EDIÇÃO  
 12:30 – PANORAMA  
 13:00 - SÉSAMO 2017  
 13:30 – PEPPA PIG III  
 14:00 – BUBU E AS CORUJINHAS  
 14:15 – THOMAS E SEUS AMIGOS  
**14:45 – PÁGINA ABERTA (LOCAL)**  
**15:00 – 200 ANOS DE ALAGOAS (LOCAL)**  
 15:15 - BLAZE AND THE MONSTER MACHINES  
 15:45 – RUSTY RIVETS  
 16:15 - NELLA, UMA PRINCESA CORAJOSA  
 16:45 – PATRULHA CANINA  
 17:15 – QUINTAL DA CULTURA  
**17:30 – PAUTA ESPECIAL (Reprise)**  
 18:00 – D.P.A – DETETIVES DO PRÉDIO AZUL  
 18:15 – WINX CLUB GODOFREDO  
 18:45 - REGAL ACADEMY  
 19:15 – MAGGIE & BIANCA  
 19:45 – GODOFREDO + SHAUN, O CARNEIRO  
 20:00 - OSMAR, A 1ª FATIA DO PÃO DE FORMA  
 20:15 – FUJIWARA MANCHESTER  
 20:30 – TÁ CERTO?  
 21:00 – A PANTERA COR DE ROSA  
 21:15 – JORNAL DA CULTURA  
 22:15 – METRÓPOLIS  
 22:30 – CINE CULT  
 00:30 – VENTO SUL  
 01:30 - ENSAIO  
 02:30 – JORNAL DA CULTURA  
 03:30 - PANORAMA  
 04:00 - MOSAICOS  
 04:30 – ESPECIAL CULTURA MEIO AMBIENTE  
 05:00 – NOSSA LÍNGUA

**SÁBADO 20/01/2018**

05:30 – INDIOS DO BRASIL  
06:00 – CONHECENDO MUSEUS II  
06:30 – NOVA AMAZÔNIA  
07:00 – BR3 - AMORES MIGRANTES  
08:00 – ORDEM DO DIA  
08:30 – BRINCANDO COM A CIÊNCIA  
08:45 – SE LIGA NA CIÊNCIA  
09:00 – ROBÔ TV  
09:15 – ASTROBALDO  
09:30 – THOMAS E SEUS AMIGOS  
10:00 – DORA E SEUS AMIGOS II  
10:30 – BEN & HOLLY  
10:45 – TINGA TINGA  
11:00 – CAMPUS EM AÇÃO  
11:30 – MOMENTO PAPO DE MÃE  
12:30 – JAZZ SINFÔNICA BRASIL  
14:00 – SÊSAMO  
14:30 – QUINTAL DA CULTURA (maratona)  
16:00 – MATINÊ  
17:30 – SHAUN  
17:45 – OS CUPINS  
18:00 – PASSADO DA HORA  
18:15 – D.P.A  
18:30 – FUJIWARA  
18:45 – OS UNDER  
19:00 – A PANTERA COR DE ROSA  
19:30 – MANOS E MINAS  
20:30 – MATÉRIA DE CAPA  
21:00 – JORNAL DA CULTURA  
21:30 – INSPIRA BB  
21:30 – CLÁSSICOS  
23:00 – FIGURAS DA DANÇA  
23:30 – CINE BRASIL  
01:00 – O MILAGRE DE SANTA LUZIA I E II  
02:00 – RODA VIVA  
03:30 – C. MEMÓRIA  
03:30 – VOX POPULI  
04:30 – GRANDES CURSOS CULTURA NA TV



**DOMINGO 21/01/2018**

05:30 - #CONFIRMA  
06:00 – VIA LEGAL  
06:30 – VIVER NATURAL  
07:00 – VAMOS PEDALAR  
08:00 – MISSA DE APARECIDA  
09:00 – VIOLA, MINHA VIOLA – ESPECIAIS 2017  
10:00 – SR. BRASIL  
11:00 – SAMBA NA GAMBOA  
12:00 – CONCERTOS MATINAIS  
13:00 – COCORICÓ  
13:15 - PEPPA  
13:30 – BEM & HOLLY  
13:45 – MORANGUINHO  
14:15 – TURMA DA MÔNICA  
14:30 – OSWALDO  
14:45 - PLANETORAMA  
15:00 – D.P.A  
15:15 – CONTOS MÁGICOS  
16:15 – O COLORIDO MUNDO DE DALTON  
16:30 – O MUNDO DA GENTE  
16:45 – BLOG DA MARY  
17:00 – VAMOS PEDALAR  
17:30 – REPORTER ECO  
18:00 – PLANETA TERRA  
19:00 – TÁ CERTO?  
19:30 – METRÓPOLIS  
20:30 – CAMAROTE 21  
21:00 – CAFÉ FILOSÓFICO  
22:00 – CULTURA MUNDO  
23:00 – JAZZ SINFÔNICA  
00:00 – FUTURANDO  
00:30 – O MURO  
01:00 – MANOS E MINAS  
02:00 – MATÉRIA DE CAPA  
02:30 – ORDEM DO DIA  
03:00 – REPÓRTER ECO  
03:30 – C. MEMÓRIA  
03:30 – DOC TV  
04:30 – LETRA LIVRE