Diagnóstico do Campo Público de Televisão

I Fórum Nacional de TV's Públicas

FICHA TÉCNICA

Revisão: Ana Paula Cardoso

I Fórum Nacional de Tv´s Públicas: Diagnóstico do Campo Público de Televisão — Brasília: Ministério da Cultura, 2006.

112 p. (Caderno de debates.)

Textos de vários autores.

1. TV Pública - Brasil. I. Título.

CDD: 302.23

INSTITUCIONALIDADE

Presidência da República
Casa Civil
Secretaria Geral da Presidência da República
Ministério da Cultura
Secretaria do Audiovisual
Secretaria de Políticas Culturais
Ministério da Educação

GRUPO DE TRABALHO EXECUTIVO

Ministério da Cultura

Secretaria do Audiovisual

Agência Nacional do Cinema

Radiobrás

TVF Brasil

PARCEIROS

Associação Brasileira das Emissoras Públicas, Educativas e Culturais — ABEPEC Associação Brasileira de Televisão Universitária — ABTU Associação Brasileira de Televisões e Rádios Legislativas — ASTRAL Associação Brasileira de Canais Comunitários — ABCCOM

APOIO

Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social — BNDES Agência Nacional do Cinema — ANCINE

Índice

Uma agenda estratégica para o Brasil

Gilberto Gil - Ministro de Estado da Cultura	5
TV pública: uma janela para o futuro do audiovisual brasileiro	
Orlando Senna - Secretário do Audiovisual	9
A TV Pública não faz, não deveria dizer que faz e, pensando bem, deveria declarar abertamente que não faz entr	etenimento
Eugênio Bucci - Presidente da Radiobrás	13
A marca da TV Pública	
Beth Carmona - Presidente da TVE Brasil	21
l Fórum Nacional de TVs Públicas — Um processo de construção	
Mario Borgneth - Assessor do Ministério da Cultura / Secretaria do Audiovisual	27
Diagnóstico Setorial - ABEPEC	31
Diagnóstico Setorial - ABTU	53
Diagnóstico Setorial - ASTRAL	85
Diagnóstico Setorial - ABCCOM	101

Uma agenda estratégica para o Brasil

Compreender melhor os desafios da televisão pública brasileira num contexto de revolução digital e aprofundamento da democracia estão entre os maiores objetivos deste I Fórum Nacional de Televisão Pública.

As discussões preparatórias deste encontro revelam que estamos – governo e gestores de televisão – sob o prisma da convergência, para usar aqui essa imagem das mudanças em curso na economia da televisão e na economia da cultura com a digitalização das câmeras e equipamentos, a TV digital, a TV sobre a internet e a TV portátil no celular e tantas outras possibilidades de transmissão e interatividade.

Como esse novo contexto solicita a inteligência e a reorganização do Estado na formulação de estratégias novas, amplas e consistentes em diálogo com o setor? Como tais mudanças demandam a diversificação das formas de conteúdo? Como fortalecer as TVs públicas, dotando seus modelos de gestão de maior autonomia e capacidade de programar conteúdos de alta qualidade? Qual é o papel do Estado no apoio à realização plena dessa esfera comum, que supere o estatal e o privado e projeta o Brasil na direção de uma necessária afirmação do espaço público, do espaço comum?

Desde o início desta gestão viemos reorientando e propondo um novo modelo de produção cultural para a televisão pública. Um modelo de gestão interessado em fortalecer a acessibilidade dos brasileiros aos bens culturais produzidos com recursos públicos. Um modelo interessado em aprofundar os aspectos federativos, ampliando as possibilidades de expressão em todo o território, sem prejuízo do potencial das articulações e programações em rede nacional.

De forma mais geral, a televisão precisa ser compreendida como um fenômeno cultural global. Ela transmite e é ela própria um objeto cultural. A televisão produz imagens, sons e significados não apenas quando transmite programas de inclinação artística: a televisão interage com o simbólico dos brasileiros a cada momento. Na novela, no futebol de domingo e na propaganda. No terror do telejornal policial e na fabulação do desenho infantil. Ela é um fenômeno cultural quando aprofunda ou quando banaliza.

É importante ressaltar que a televisão tem externalidades fundamentais na vida cultural como um todo. Parte do cinema realizado hoje dialoga ou surge de diretores que vieram ou passaram pela televisão aberta, comercial e pública. Boa parte dos debates de idéias que oxigenam a vida intelectual brasileira passam pela televisão. Boa parte dos talentos dramáticos nascem dessa escola. A televisão pública tem programas infantis que formam público, elevam a qualidade da disputa pela audiência, e são referências que forçam para cima a qualidade dos canais comerciais.

Neste momento de redefinições de padrões negociais e tecnológicos algo precisa ser afirmado: a importância de uma televisão pública com credibilidade, legitimidade, influente, que tenha poder de repercussão social e capacidade de representar a diversidade cultural brasileira, elevando a qualidade geral da televisão aberta.

A recente convenção da diversidade cultural, aprovada pela Unesco, autoriza os países a fortalecer e incentivar suas diversidades culturais e seu patrimônio simbólico. Certamente uma televisão pública vibrante é um instrumento decisivo para realizar as diretrizes dessa convenção a favor de uma globalização justa e baseada no diálogo e admiração cultural dos povos.

A televisão é também um espaço de realização da vida pública, lugar em que a república brasileira — ainda inacabada — tenta encontrar um espaço de informação, de debate e de repercussão. A televisão captou e foi ela própria um lugar de negociações e mudanças da sociedade brasileira: foi suporte e agente provocador da passagem de um Brasil de fazendas e de negócios privados para a um Brasil complexo, democrático, ruidoso, saturado e vibrante. O nascimento do país urbano que conhecemos hoje é uma história narrada — e impulsionada — pela televisão: ela registra a modernização de um país num espaço em constante mutação, que organiza o movimento das multidões, do consumo de massas, num primeiro momento, e depois dos novos sujeitos e vozes sociais e culturais. A renovação da vida econômica e da vida política são aspectos que a televisão capta e ajuda a produzir.

No Brasil, entretanto, vivemos uma inversão do que ocorreu em muitos países desenvolvidos, onde o público antecedeu o privado, ou foi simultâneo a ele, países onde a cidadania antecedeu o consumo de massas, e onde se afirmou com mais facilidade o lugar da TV pública. Aqui, primeiro surgiu a televisão privada e depois o Estado veio exercer o papel tradicional na organização do espectro limitado e na organização dos canais públicos.

Nos aproximadamente 20 anos de período autoritário, o Estado brasileiro agiu pela censura e pela legislação para que a televisão fosse um instrumento de segurança e controle, de centralização simbólica e de integração nacional. Nem sempre conseguia, a exemplo de programas como o *Abertura*, da TV Tupi, e de outras expressões culturais antenadas na redemocratização e aspirando acelerá-la por meio da televisão.

A presença dessa orientação centralizadora no passado recente do Brasil explica por que hoje certas regiões e estados do Brasil têm menos presença na televisão pública e até de produção local para a TV comercial aberta, contrariando o que ocorre em muitos países avançados, apesar de nossa riqueza cultural e apesar dos inúmeros programas de regionalização que realizamos nesta gestão — como o vitorioso DOCTV.

A construção de um padrão de nacionalidade, de imaginário, de unidade territorial, de atualização de comportamentos é um dos muitos produtos da centralidade da televisão em nossa cultura e de sua presença no território.

Mas o paradoxo é que a televisão se tornou "nacional", presente em cada canto do país antes mesmo da universalização do ensino e da leitura e do acesso a outros repertórios culturais. O Brasil foi alfabetizado na leitura audiovisual antes da completa alfabetização escrita dos brasileiros — um cenário que só aumenta o desafio de efetivamente tornar a televisão um lugar de realização da cidadania.

Os programas que já realizamos em parceria com a TV pública mostram como é possível exercer um papel fundamental na geração de novos paradigmas para a televisão brasileira, atuando como ambiente dinamizador de novos modelos de negócio, novas maneiras de fazer e de ver televisão. A TV pública estabelece hoje novos níveis de compromisso com o público telespectador, respeitando seus direitos e reconhecendo suas demandas.

Neste encontro poderemos discutir, formular e enunciar as questões essenciais de um necessário plano de desenvolvimento para a TV pública brasileira. O governo brasileiro considera urgente e estratégica essa reflexão para o melhor enfrentamento dessas questões com base em uma perspectiva cultural e de desenvolvimento.

Certamente, se construirmos essa agenda estratégica, estaremos contribuindo para realizar todo esse potencial, aprofundar a democracia no Brasil, garantir direitos culturais dos brasileiros e ampliar a geração de emprego e renda com base em nossa diversidade cultural. Uma TV pública cada vez mais próxima da escola, da universidade, dos centros de pesquisa, de centros culturais e comunitários, articulada com o mais amplo espectro institucional para o desenvolvimento de conteúdos e serviços voltados ao atendimento público.

O pressuposto deste l Fórum é a percepção — cada dia mais consensual — de que a realização plena e qualificada da televisão pública brasileira é uma das agendas estratégicas para o desenvolvimento cultural do Brasil e a consolidação de um país socialmente justo e antenado nas forças criativas do povo brasileiro.

Gilberto Gil - Ministro de Estado da Cultura

TV pública: uma janela para o futuro do audiovisual brasileiro

O Ministério da Cultura, através da Secretaria do Audiovisual, tem trabalhado lado a lado com as TVs públicas brasileiras desde 2003, compartilhando importantes ações, seja pelo investimento de recursos orçamentários para desenvolvimento de conteúdos (em programas voltados para o público infantil, na produção de documentários, na facilitação de acesso das emissoras à produção independente de cinema e vídeo nacionais), seja no apoio para a obtenção de recursos de financiamento por meio da Lei Rouanet e outros instrumentos de renúncia fiscal, seja no acompanhamento dos temas de interesse da TV pública nos debates em diversas áreas de governo, no Parlamento e na sociedade.

No campo da cooperação internacional, muitas foram as oportunidades em que também trabalhamos em sintonia, articulando programas com a comunidade ibero-americana e com a Conferência dos Países de Língua Portuguesa (CPLP), e também nas relações bilaterais com países da América, Europa e Ásia.

A razão e o motor dessa ação conjunta é a importância social da TV pública, da sua missão de prestar serviços educativos e culturais à comunidade, conforme reza a nossa Constituição. É a importância seminal dessa poderosa ferramenta na educação cidadã do nosso povo, capaz de ampliar os horizontes filosóficos e culturais do indivíduo, preparando-o melhor para uma condição protagonista nos processos de inserção social. A parceria da Secretaria do Audiovisual com a TV pública, ao longo desses quatro anos, foi um passo substantivo no desenho das políticas públicas para o audiovisual brasileiro. Podemos nos congratular pelos inéditos resultados alcançados. Mas sabemos todos, tanto o Ministério da Cultura como a TV pública, o muito que ainda temos por fazer.

A TV pública é uma janela de acesso estratégico para o contato da população com a mais vasta gama de bens e serviços culturais, constituindo um canal privilegiado para a valorização e a universalização do patrimônio simbólico nacional. A rede de emissoras públicas é uma opção de grande potencial como veículo difusor da produção audiovisual oriunda dos distintos agentes culturais da sociedade, assegurando a expressão de nossa rica diversidade cultural, assegurando a prática da democracia.

Em nosso entendimento, e os programas realizados em conjunto reforçam essa avaliação, a TV pública pode exercer um papel fundamental na geração de novos paradigmas para a televisão brasileira, atuando como ambiente dinamizador de novos modelos de negócio, novas maneiras de fazer e de ver televisão. Modelos que chamem a participação da sociedade, por meio da incorporação de novos atores no processo de elaboração de conteúdos e serviços de interesse público, reunindo no seu entorno segmentos representativos das diferentes áreas do conhecimento e de correntes de opinião. Nessa

perspectiva, a TV pública pode estabelecer novos níveis de compromisso com o público telespectador, respeitando seus direitos e reconhecendo suas demandas.

Por outro lado, mesmo com os imensos esforços empreendidos pelos dirigentes e trabalhadores das TVs públicas, sabemos do quadro de deficiências em que nos encontramos. Sabemos dos graves problemas de infra-estrutura e defasagem tecnológica de nossas emissoras; das dificuldades de financiamento do conjunto da sua operação, incluindo a capacidade de investimento para o desenvolvimento de programações; da necessária revisão dos aspectos jurídicos e institucionais que orientam a atuação dessas TVs. Sabemos da dificuldade da TV pública em se afirmar junto ao telespectador, em uma sociedade na qual a presença da TV comercial é avassaladora, com uma indústria figurando entre as melhores e mais fortes do planeta.

A Secretaria do Audiovisual percebe como necessária a sua atuação no enfrentamento dessas questões, debatendo com a sociedade e as diversas instâncias de governo o desenho do conjunto de medidas inerentes à superação do quadro atual. Uma superação que terá de ser operada em um novo cenário, na nova era da televisão brasileira que está sendo formatada com o advento da TV digital. Uma profunda transformação será operada no setor, uma revolução tecnológica que impulsionará profundas transformações na indústria e na sociedade, que multiplicará o alcance dos meios de comunicação social e definirá uma nova dimensão ao papel desempenhado pela linguagem audiovisual nas relações entre os indivíduos, e destes com o Estado e a sociedade.

Cabe à TV pública buscar a resolução de seus problemas tendo esse cenário em perspectiva. Cabe à TV pública preparar-se para a migração digital redefinindo as bases de sua atuação, de sua incidência na população. O que significa que é imprescindível o reenquadramento do debate sobre a TV pública, como também de todo o campo público de comunicação.

Um aprofundamento relacional com a comunidade que deve se traduzir em maior controle social sobre a gestão das TVs: no estabelecimento de canais permanentes dedicados à expressão de demandas dos diversos grupos e agentes sociais, como forma de alimentação crítica das TVs; na adoção de um modelo de produção aberto à participação de produtores independentes e demais agentes culturais da sociedade; no estabelecimento de um sistema de financiamento público-privado que articule o compromisso de municípios, estados e União para, ao lado do setor privado, promover a sustentabilidade da TV pública.

Essa TV pública organicamente ligada à sociedade poderia e deveria ampliar seu leque de prestação de serviços, conjugando programações para diferentes meios como a TV, o rádio, a telefonia celular e a internet, como também para outros espaços e equipamentos educativo-culturais, de maneira a estar próxima da escola, da universidade, dos centros de pesquisa, de centros culturais e comunitários, sindicatos, fundações. Ou seja, articulada ao mais amplo espectro institucional possível para o desenvolvimento de conteúdos e serviços voltados ao atendimento da população.

Para que avancemos nessa direção é urgentemente necessária uma maior articulação interna do setor. Hoje, no país, temos centenas de canais públicos de televisão que não dialogam entre si, que não cooperam, que por vezes se consideram concorrentes. Temos as TVs educativas e culturais abertas e, no cabo, as universitárias, as comunitárias e as institucionais dos poderes Legislativo, Judiciário e Executivo. Conjugadas, essas emissoras podem estabelecer redes capazes de produzir e transmitir conteúdos de imensa riqueza e diversidade, funcionando em bases articuladas democraticamente, que res-

peitem suas especificidades, mas cuja resultante seria a constituição de malhas de troca e conexão de programações. Do mesmo jeito que o cidadão percebe o poder público como um todo na cadeia articulada entre municípios, estados e a União, o telespectador deveria poder estabelecer a conexão entre as diversas TVs do campo público, num processo de formação de amplas bases de audiência que beneficiaria a todas.

Somando a essa construção de funcionamento integrado, que amplia o leque de interlocutores e serviços, o Ministério da Cultura julga também necessário promover maior articulação entre as diversas instâncias do governo federal que mantêm interface com as TVs públicas. Hoje, o conjunto de demandas das TVs públicas passam, pelo menos, por oito ministérios e inúmeras secretarias, repartições do serviço público e agências reguladoras. As decisões e os trâmites trafegam pela Casa Civil, Ministério das Comunicações, Ministério da Justiça, Ministério da Educação, Ministério da Cultura, Ministério das Relações Exteriores, Ministério da Ciência e Tecnologia, Ministério da Fazenda, além da Agência Nacional de Telecomunicações e da Agência Nacional de Cinema.

É necessário, portanto, uma nova e mais racional engenharia na transversalidade das questões da TV pública nas instâncias do governo federal, para a configuração de novas políticas de fomento à sua atividade e à plena exploração do potencial do setor, no âmbito da comunicação de interesse público, da governança eletrônica, da prestação de serviços à comunidade.

Perseguindo esses objetivos, o Ministério da Cultura, por intermédio da Secretaria do Audiovisual e em parceria com a Casa Civil e o gabinete da Presidência da República, colocou em marcha um amplo processo de debate que deverá culminar na realização do I Fórum Nacional de TVs Públicas. Pretendemos discutir esses assuntos com as diversas lideranças do setor, com as diversas instâncias de governo, o Congresso e a sociedade, para a construção de uma nova visão, de uma ampla pactuação de Estado e sociedade. Temos de desenhar e praticar, nos próximos dois anos, uma completa reformulação do quadro de dificuldades em que nos encontramos, ao mesmo tempo que preparamos a TV pública para os novos desafios impostos pela comunicação social contemporânea e o amadurecimento democrático do Brasil.

Orlando Senna - Secretário do Audiovisual

Pública não faz, não deveria dizer que faz e, pensando bem, deveria declarar abertamente que não faz entretenimento ¹

Seria melhor para a TV pública se ela tivesse cuidado antes de prometer, como às vezes promete, entretenimento para a platéia. Anunciando esse gênero de atrativo, ela se confunde — ainda mais — com a televisão comercial. Nubla sua própria identidade. O entretenimento, esse pujante ramo do comércio, não tem nada a ver com a comunicação de caráter público. Distinguir uma coisa da outra, em tons mais explícitos, ajudaria a iluminar a razão que leva a democracia a precisar da comunicação não-comercial. Essa razão repousa na diferença, não na semelhança: a democracia precisa da comunicação não-comercial, em rádio e televisão, exatamente para tê-la como um contrapeso em relação à mídia privada. Os dirigentes das TVs públicas não acordaram para a urgência do tema. Com isso, a TV pública demora a acordar para a sua razão de ser.

As emissoras comerciais e as públicas deveriam funcionar como os dois pratos da balança, e essa balança é o espaço público democrático. As primeiras se organizam com base em demandas do mercado, que atuam por vários caminhos e se refletem, por exemplo, na preferência dos anunciantes em patrocinar um tipo de programa e não outro — o que vai interferir no próprio formato das grades de programação. É bom deixar registrado que as demandas do mercado são legítimas e vitais na democracia, elas não são o satã encarnado, como se diz. Elas só não podem ser as únicas a definir o conjunto da comunicação social. Aí é que entra o papel das emissoras públicas. Estas não deveriam atrelar-se ao mercado, embora algumas, hoje, tenham desenvolvido, competindo indevidamente com as comerciais, uma dependência preocupante em relação à receita publicitária. Em alternativa a isso, deveriam diferenciar-se, recusando-se a competir no mercado e buscando dar visibilidade às expressões francamente minoritárias da cultura e do debate público, que não têm aptidão para se tornar "campeãs de audiência" e não têm vez nas comerciais.

Exercendo funções complementares — não opostas —, as emissoras públicas e as emissoras comerciais, cada uma em seu campo, fortalecem a saúde da democracia. Se elas se igualam, se perseguem as mesmas funções e oferecem conteúdos análogos, ora, se for assim, a sociedade não precisa de TV pública.

O entretenimento e seus sentidos

O significado do termo "entretenimento" é chave para que essa distinção se faça com a profundidade necessária. Ele não é um substantivo desprovido de carga ideológica, ainda que pareça uma palavra neutra. Ele surgiu tardiamente. O dicio-

¹ Este artigo resulta da transcrição de uma palestra realizada no Encontro da ABEPEC (Associação das Emissoras Públicas, Educativas e Culturais) em Belo Horizonte, em 31 de agosto de 2006. Agradeço a André Deak que cuidou da primeira edição do que agora é publicado. Aloísio Milani pesquisou a evolução do significado da palavra "entretenimento" em Antenor Nascentes e Luiz Gonzaga Godoi Trigo; é dele praticamente todo o quarto parágrafo deste artigo. Rodrigo Savazoni e Ana Paula Cardoso contribuíram na revisão crítica.

nário etimológico de Antenor Nascentes, de 1932, diz que a palavra vem do espanhol, "entretenimiento", cujos primeiros registros datam do século XVI. O verbo entreter, originado do latim, "intertenere" ("inter" quer dizer "entre"; "tenere" quer dizer "eter"), significa deter, distrair, enganar. No senso comum, "entretenimento" é entendido, até hoje, como aquilo que ocorre no tempo do lazer — que não pertence ao tempo do trabalho —, nas horas vagas, no passatempo, no intervalo entre duas atividades ditas sérias. Luiz Gonzaga Godoi Trigo, em Entretenimento: uma crítica aberta (São Paulo: Senac, 2003), conta que, antes, os significados de divertimento e de passatempo atrelavam-se ao conceito de pecado, ou a um tipo de atividade que era permitida apenas à elite. A partir do século XIX, a palavra entretenimento ganhou um vínculo com o consumo popular — de forma pejorativa, foi associado a algo de importância menor e até desprezível — em oposição ao erudito, à arte elevada, à cultura da elite.

A isso, devo acrescentar agora o que julgo ser a significação atual do termo, atual e mais pesada, mais fixa, que não tem sido levada em conta. A partir da segunda metade do século XX, ele deixou de designar o, digamos assim, estado mental produzido no sujeito que se ocupa da desocupação, deixou de se referir a um atributo de atrações especializadas em distrair a audiência e virou o nome de uma indústria diferenciada. Mais do que uma indústria, um negócio global. Com o advento dos meios de comunicação de massa, a palavra, sempre que enunciada, traz consigo esse sentido material: o de negócio. Assim como a própria palavra indústria — que antes nomeava apenas uma habilidade humana — mudou inteiramente de sentido com a revolução industrial, a palavra entretenimento foi revolvida por um processo de ressignificação definitivo a partir da indústria do entretenimento. Ao afirmar que faz entretenimento, ainda que marginalmente, uma emissora de televisão se declara pertencente a essa indústria e a esse negócio. Quando uma TV pública diz que faz entretenimento, afirma que pertence a um campo — industrial e econômico — ao qual não tem vocação nem destinação de pertencer. Não se trata de um santo nome, mas essa palavra jamais poderá ser invocada em vão.

Não obstante, ainda vemos, em conversas entre os dirigentes das TVs públicas, o emprego do termo entretenimento como se ele se referisse a um adereço no repertório variado, como se a palavra pudesse conferir uma leveza inocente que ajudaria a tornar mais palatável, mais agradável, menos chata, a programação de suas emissoras. É como se dissessem, mais ou menos, o seguinte: "No nosso cardápio a gente tem cultura, informação, educação, conhecimento e também, como ninguém é de ferro, um pouco de entretenimento para adoçar a vida".

Há quem chegue a arriscar, algumas vezes, a suposição de que poderia haver um entretenimento de bom gosto, um "entretenimento de alta cultura", aquele que conteria a fruição da obra de arte, o gozo do espírito, a fruição estética mais refinada, que descortinaria o desconhecido para nos levar a descobrir mais sobre nós mesmos. Teríamos, supõem os entusiastas da diversão educativa, entretenimentos populares — esses de mau gosto, que "a gente não faz" (o que chega a ser ofensivo em relação ao adjetivo popular, como se o popular tivesse passado a designar o que é de gosto duvidoso) — e entretenimentos cultos. Claro: a subdivisão do entretenimento entre o "popular" (de mau gosto) e o "culto" (de bom gosto) é somente um pequeno disparate.

Superstições teoréticas à parte, o quadro é distinto. Com a industrialização dos bens culturais e a transformação da indústria cultural num grande negócio, os atributos da obra mais ou menos artística e os aspectos de seu vínculo com o espectador são barateados e nivelados por baixo; passam a apelar muito mais para a repetição de sensações, para o reforço da ilusão de familiaridade, para a recreação, para o estímulo de emoções conhecidas — nada a ver com descortinar

o desconhecido ou o estranho. Não que a arte seja impossível na indústria do entretenimento; ela apenas não é a regra. Não que não haja cultura na indústria do entretenimento; ela é apenas a cultura de uma indústria, não a cultura em todos as suas formas. Tomar o entretenimento como o todo da cultura ou como o detentor das múltiplas ramificações da arte, ou mesmo de seu núcleo, é um reducionismo imperdoável para os administradores da televisão pública.

A arte de vender os olhos da platéia

Para se ter uma idéia da envergadura do negócio do entretenimento, vejamos o modo como ele engoliu um campo antes autônomo, o jornalístico. Isso mesmo: o entretenimento subjugou o jornalismo. Este, há 50 anos, um pouco mais, um pouco menos, era um negócio independente, organizado em empresas independentes. Atualmente, a fórmula da empresa jornalística independente tornou-se minoritária no mundo das comunicações. Nos grandes conglomerados da mídia, que se proclamam como "players" do negócio do "entertainment", o jornalismo se vê cada vez mais restrito à condição de mero departamento dentro das empresas que, além de muitos outros produtos, oferecem atrações que podem ser chamadas de jornalísticas. O campo autônomo do jornalismo é envolvido por um corpo que lhe é maior e que o subjuga, lançando desafios imensos para a sua qualidade e a sua independência. Lembremos que, hoje, um só conglomerado do negócio do entretenimento é capaz de faturar por ano 40 bilhões de dólares, mais do que o PIB de alguns dos países da América do Sul.

Qualquer empreendimento capitalista tem por finalidade o lucro, nenhuma novidade quanto a isso. O entretenimento também. Mas ele vende o que, exatamente? A sua mercadoria é algo que muitos, até hoje, têm enorme dificuldade para admitir. A sua mercadoria não é uma telenovela, ou um DVD, ou um programa de auditório. O coração do negócio do entretenimento no campo dos meios de comunicação social e, em particular, no campo da televisão, que é o que nos interessa dramaticamente, se resume a vender... o seu próprio público. Basta ver a televisão comercial aberta. Sua mercadoria não são as atrações que ela faz crer que são suas mercadorias, mas os olhos para os quais essas supostas mercadorias se anunciam atraentes. Ela comercializa o olhar de quem a vê, o que, em boa parte, é verdadeiro também para os canais pagos. De vender o seu público para o anunciante vivem as televisões comerciais, ou, pelo menos, vivem as melhores, as que não usam dinheiro sujo na operação. A sua estruturação estratégica se dirige à captação de público, à manutenção da atenção do público e à venda do público. É isso o que tem valor em seu modelo de negócio. O entretenimento, nos veículos de comunicação, resume-se ao ofício de captar o olhar social para vendê-lo, de acordo com a quantidade e com a suposta qualidade da platéia da qual ele se origina.

Por ora, vai aí uma pergunta: vender sua audiência é – ou deve ser – o coração da razão de ser da televisão pública?

O mito da "natureza" da televisão

Existem, eu sei, aqueles resignados que olham para o alto e giram levemente a cabeça, em sinal de enfado, para lançar o argumento que pensam imbatível: "Não adianta, o entretenimento é da natureza da televisão". Não é verdade, de jeito nenhum. Chamo a atenção para essa crendice que se instalou assim sem mais nem menos e que, para a televisão pública, é mortal. Fala-se que televisão é, por natureza, entretenimento. É muito comum darmos de cara com esse dogma. A TV Cultura andou fazendo uns grandes cursos de cultura que nada têm das receitas da indústria do entretenimento. São experiências fabulosas. Estaria então a TV Cultura atentando contra a natureza da televisão? Seria isso? Claro que não. A

televisão não é um dado da natureza; é uma produção da cultura, da história, das relações sociais, da tecnologia, do gênio humano e da democracia. O seu sentido e o seu uso são determinados na planície da cultura — ou no mar profundo da cultura, como queiram. A televisão não tem uma "natureza" que escape à cultura.

Acontece que a gente lida mal com essa história de natureza das coisas. Fala-se muito, por exemplo, que "o voyeurismo é natural do ser humano" (uso aspas aqui porque só mesmo entre aspas eu posso escrever uma coisa dessas). O voyeurismo não é "natural do ser humano"; é natural, ou melhor, é próprio de uma certa idade da cultura em que o olhar assume um determinado papel na configuração das relações entre os sujeitos e na configuração das significações. O olhar pela fechadura, como recurso da vida erótica voyeurista, não é um fenômeno da natureza. Esse gesto supõe, sem piada, a existência da fechadura, não como canal ótico entre dois ambientes, mas como um marco divisor entre a esfera íntima e a outra esfera, que lhe é exterior. O voyeurismo só tem sentido onde essa divisão se instala dessa forma — e também só tem sentido numa civilização em que a imagem adquiriu o estatuto que adquiriu.

A televisão, aliás, tem entre nós o estatuto de janela para o mundo, capaz de descortinar os fatos como eles são, como se os víssemos de perto com os nossos próprios olhos, porque vivemos numa civilização em que a imagem se tornou critério da verdade. A televisão desfruta dessa impostura que esconde o artifício para dar a ver a suposta realidade. A televisão é o que é porque somos uma sociedade em que o voyeurismo virou o que virou. Mas não é razoável supor que o voyeurismo funcione do mesmo modo numa tribo caiapó, em que garotas e garotos andam nus, ou onde, se houvesse fechaduras, a cena de um lado e de outro da fechadura seria equivalentes ou mesmo iguais.

O voyeurismo não é natural no humano assim como o entretenimento não é natural nesse aparelho de imagem eletrônica que as pessoas têm em casa. Vejamos o teatro, o cinema, os livros, o rádio: a quantos fins, a quantos objetivos tudo isso não serviu? Só ao entretenimento? Não é da natureza da televisão o entretenimento — este é que é da natureza de um certo mercado da cultura, mas não da natureza das válvulas, dos eletrodos, do controle remoto, da internet, de nada disso.

É verdade que, uma vez absorvida pelo entretenimento, a televisão se torna propulsora e disseminadora do espetáculo como um modo de produção. No próprio telejornalismo das emissoras comerciais é assim. Não por acaso, uma das críticas que com mais freqüência se fazem ao próprio jornalismo é que ele tem buscado mais entreter que informar. A cobertura telejornalística de episódios como o massacre de Eldorado do Carajás, a morte de Ayrton Senna ou mesmo o 11 de Setembro denota uma propensão acentuada à finalidade de chocar, de emocionar, de projetar o que há de sensacional no fato em detrimento do sentido do próprio fato. O telejornalismo se abastece do *showbusiness*, em sua dimensão estética, pois foi engolido por essa indústria que lhe é superior.

A televisão talvez seja um dos motores mais ativos da indústria do entretenimento, tendendo a sujeitar tudo o mais à espetacularização com finalidade de vender — vender sobretudo o olhar do público —, mas a sua natureza cultural não se reduz a isso. Ela pode, sim, prestar-se a outros fins. Pode, principalmente, prestar-se a olhar criticamente o cenário erguido pela televisão comercial. Ao declarar que não faz entretenimento e que não tem compromisso com o entretenimento, a televisão pública, só nisso, já acende uma pequena lanterna para sinalizar que a cultura, o conhecimento e a comunicação têm fôlego para alcançar outras altitudes.

À parte uma bandeira ética, são quatro as bandeiras estéticas para a TV pública

Alguém já disse que "divertir-se é estar de acordo". Nada contra o divertimento, por certo, mas há que se prestar atenção nessa modalidade de divertimento que requer a anuência do público em relação à autoridade que lhe presenteia com a oferta de diversão. Há, no fundo dos passatempos oferecidos pela indústria, um quê de "sim, senhor". Qual o papel reservado à televisão pública diante disso? Ela quer as pessoas de acordo? De acordo com o quê? Com quem? A verdade é que a melhor vocação da televisão pública caminha na direção oposta, ela se afasta do entretenimento. Desse afastamento virá seu poder de atração e sua capacidade de surpreender e fascinar.

Há uma bandeira ética que a televisão pública do Brasil precisa empunhar agora: a bandeira da independência frente aos governos e frente ao mercado. Ela não pode se sujeitar ao papel subalterno de promover governadores, ministros ou presidentes da República. Da mesma maneira, não pode ser uma caixa de ressonância das demandas de mercado, dos interesses dos anunciantes, do jogo da publicidade. O seu caminho, o da independência, vai para longe disso. Mas aqui, neste texto, eu gostaria de falar não de bandeiras éticas, e, sim, de bandeiras estéticas. Essa dimensão, a estética, talvez seja ainda mais grave e é igualmente urgente.

Proponho quatro bandeiras estéticas para a televisão pública:

1. Almejar o invisível.

O sujeito só vê o objeto ao qual sabe dar nome. No olhar, só ganha visibilidade o que tem lugar na linguagem. Não vou aqui me ocupar dessas determinações que podem ser entendidas como leis do olhar, embora ainda não sejam conhecidas. Passarei por elas rapidamente. Passarei por isso apenas para dizer que o objetivo permanente da televisão pública deve ser o de furar o pano da visibilidade, que embrulha como um invólucro o que chamamos de realidade. Trata-se de uma bandeira que traz consigo o dever da experimentação de linguagem.

Almejar o invisível significa não compactuar com a ilusão essencial do entretenimento, que é a de apoiar no visível o critério da verdade. O visível não é nem contém o critério da verdade. O visível é algo que nos fala aos sentidos, mas o conhecimento, a razão, o entendimento, a expressão das idéias, necessariamente, só podem ser concebidas como um processo que se estende além das fronteiras do visível. Almejar o invisível é investigar o sentido de fenômenos que por algum motivo não se manifestaram.

A televisão pública não deve se ocupar de figuras, de cenas, de imagens, mas fundamentalmente de idéias em curso. Para almejar o invisível é preciso sair da postura de ser bajulador de platéias, que é uma das atitudes definidoras da indústria do entretenimento. Ela não bancar a sedutora barata de audiências como que diz "dou aquilo que você quer, dou aquilo que você deseja", o que é apenas uma forma de mentira. Donde partimos para a segunda bandeira:

2. Desmontar a oferta do gozo pré-fabricado.

A televisão pública deve problematizar o ciclo do gozo do olhar, a oferta de gozo da indústria de entretenimento. O monitor fala aos sentidos de seu fiel "fique aí que eu lhe proporcionarei deleite sem fim", de tal forma que até mesmo — ou principalmente — as propagandas são peças centrais de entretenimento: a publicidade, mais que mercadorias distantes, oferece o gozo próximo, o mundo além dos limites, o prazer do consumo subjetivo que se antecipa ao ato social, material,

de consumir. Desmontar essa oferta de gozo é oferecer o diferente, é deixar de reiterar, de insistir na reincidência de doses maiores das mesmas sensações.

3. Buscar o conteúdo que não cabe na TV comercial.

Uma sociedade democrática precisa dos dois pratos da balança, a televisão comercial e a televisão pública. O que a televisão comercial faz a televisão pública não deve pretender fazer; o que a televisão pública faz, se estiver centrada em sua missão, a comercial não consegue fazer. Essa bandeira prega a diferenciação que mal começou. É preciso identificar onde está a forma de comunicação que a televisão comercial não pode fazer, porque é justamente aí, nesse ponto escuro, invisível, que está o pequeno farol da TV pública.

Os conteúdos que não caberiam na TV comercial não são necessariamente os conteúdos chatos, embora a palavra "chato" não seja, na televisão pública, o mesmo adjetivo nocivo que é na televisão comercial. A televisão pública não deveria temer a chatice como um abismo. A chatice é um tabu do entretenimento, mas não é exatamente uma barreira do pensamento. É preciso na televisão pública temer a engabelação, a tapeação, a demagogia, o desserviço, o sensacionalismo. O seu vício não está na chatice, estritamente: está em outro lugar. A chatice é o vício da televisão comercial, a peste de que ela foge obstinadamente, de tal modo que todos os canais parecem iguais. O primeiro dever da televisão pública é ser diferente disso. A experimentação estética, um dever que ela tem, não pode conviver com o medo da chatice ou com o imperativo de agradar às maiorias médias o tempo todo.

Claro que a televisão pública não vai primar pelo enfadonho — o que hoje acontece, por sinal, justamente porque ela insiste em copiar, de modo rebaixado, os modelos privados dominantes. Claro que ela não vai se esforçar em buscar a chatice — ao contrário, ela vai correr o risco necessário para ser inteiramente distinta.

4. Emancipar em lugar de vender.

ATV pública não pode sucumbir ao impulso de se desejar desejada. Sua vocação é problematizar essa modalidade primitiva de sedução — ou de mendicância afetiva. Ela quer, sim, desmontar esse jogo sem saída e desmascarar as armadilhas. A proposta de comunicação que ela faz é uma proposta mais incerta, mais ingrata, menos demagógica, mais provocativa — indispensável para a diversificação de linguagens. Ou será assim ou ela não conseguirá deixar de ser linha auxiliar da indústria do entretenimento, às vezes até lhe fornecendo produtos para a comercialização.

A televisão pública não quer público cativo como quer a televisão comercial. Ela não funcionará como cativeiro, mas como emancipadora e incubadora. O sentido da televisão pública é tornar o sujeito suficientemente autônomo para, no limite, poder prescindir da televisão. O sentido da televisão comercial é aprisionar o sujeito na sua forma retangular. O pesadelo que atormenta a televisão comercial é aquele de, um dia, as pessoas não precisem mais dela. A realização da TV pública é o contrário — é a emancipação. Ela se realiza como o melhor professor se realiza quando seu pupilo alça vôo próprio — e parte. Com essa proposta de pacto emancipador, ela atrairá mais gente, pois saberá corresponder a uma necessidade que se encontra em aberto, que a televisão comercial não consegue atender. Ao não querer prender a sua audiência, adotando outra atitude diante dela, a televisão pública terá, seguramente, mais audiência.

A televisão comercial pode até ser educativa, se encontrar caminhos para isso. A televisão pública é uma instituição que precisa produzir gente emancipada, liberta, crítica — e pode até se tornar um sucesso, se for radical no seu compromisso de

emancipar. O negócio da televisão pública não é entretenimento e, indo mais longe, não é sequer televisão: é cultura, é informação, é liberdade. Para a televisão comercial, o meio é um fim. Para a pública, o meio é uma possibilidade em aberto.

Só assim o público virá

Voltando ao pânico dos administradores da TV pública: essas bandeiras trarão público para ela? Seguramente. Aliás, a falta de público não deveria assustá-los, pois tem sido a sua rotina. Para a TV pública, só um caminho é possível: não competir com a televisão privada. Fora disso, ela até poderá prestar bons serviços para a indústria do entretenimento, mas não terá valor nenhum para a democracia, para a cultura e para os olhos que se abrem diante dela. Mais que tudo, não terá valor para si mesma.

Eugênio Bucci - Presidente da Radiobrás

A marca da TV Pública

Dentro de sua existência no contexto da radiodifusão brasileira, fixada em aproximadamente 35 anos, desde a inauguração da primeira emissora até hoje, as TVs Públicas — educativo-culturais, universitárias, institucionais e comunitárias — muitas vezes estiveram associadas e marcadas como televisões "chatas", sisudas, elitistas, aborrecidas, retrógradas e, principalmente, pobres e sem recursos.

Com o decorrer dos anos, desde 1970, a distância entre as TVs públicas e as TVs privadas, exploradas comercialmente, foi ficando cada vez maior, a ponto de a programação das primeiras tornar-se motivo de chacota em charges da imprensa escrita ou mesmo programas de humor. Sempre a reboque das interferências políticas e descontinuidade de gestão, as televisões de outorga educativa e as demais públicas encontram até hoje grandes dificuldades de sobrevivência em função da falta de uma política clara em relação à utilização dos meios de comunicação a serviço da sociedade.

Mesmo com todo o estigma arraigado, por incrível que pareça, essa televisão resiste e pode estar acordando para um dos principais momentos de toda a sua história. Hoje, sociedade e governo começam a se dar conta da necessidade de uma televisão com uma programação que valorize o público não somente como consumidor, mas fundamentalmente como cidadão.

As emissoras brasileiras privadas se desenvolveram com uma programação alinhada por parâmetros e imperativos comerciais, visando ao entretenimento e, principalmente, ao mercado de consumo, tendo como objetivo principal o lucro e uma política de mercado pautada pela competitividade. Foi com esse panorama, vale aqui lembrar, que por algum tempo a TV Globo reinou sozinha e a debilidade da concorrência permitiu que ela formatasse um único padrão de qualidade que acabou por desenvolver uma indústria, com produtos e profissionais qualificados, reconhecidos e apreciados dentro e fora do país.

Esse padrão imposto, no contexto político da época, foi o primeiro a unir os corações do "Brasil grande" numa espécie de rede.

O reconhecido padrão Globo sempre se pautou por um nível de qualidade estética e de conteúdos aceitáveis pela maioria. Com o tempo e as mudanças na política e na economia do país, outras redes privadas tiveram a oportunidade de florescer e SBT e Manchete surgiram, convivendo ainda com Record, Bandeirantes e Gazeta/CNT, movimentando o panorama do setor. Aos poucos e até os dias de hoje, muitos outros atores entraram no cenário, incluindo a indústria de TV por assinatura e os canais fechados.

Hoje, vários canais abertos, de longo e baixo alcance, brigam pela audiência. A concorrência acirrada, que busca os números a qualquer custo, passou a determinar mais fortemente os conteúdos e o fenômeno da "baixaria" surgiu, abusando de temáticas como a violência, o sexo, a apelação, a exploração da desgraça e da miséria humana. A falta de regulamentação — ou, ainda, a regulamentação pouco eficiente — associada a uma lei subjetiva abriram a porta para outros excessos, como a discriminação, o preconceito ou simplesmente o abuso de valores não muito recomendáveis, desfilados diariamente e em qualquer horário, sem compromissos maiores com a ética, com os direitos humanos e a valorização da cultura brasileira.

Os excessos foram longe demais e talvez oportunamente acabaram por colocar a discussão sobre a qualidade da TV na agenda social do país.

A busca pela qualidade

Felizmente, as TVs públicas, em paralelo, mesmo sofrendo a descontinuidade de gestão, as interferências políticas, a falta de investimento tecnológico e em pessoal, a síndrome da baixa auto-estima, a pouca audiência, a falta de recursos de produção, a concorrência dos conteúdos de apelo fácil, vive e sobrevive. Sua existência se justifica como contraponto à TV comercial e aos grupos privados, servindo de parâmetro e equilíbrio ao sistema, mostrando que a busca pela qualidade na programação pode apoiar o cidadão na sua educação geral e na formação de seus conceitos e opiniões.

Com o suporte de grupos de atuação profissional e social, como ONGs de luta pela democratização e qualidade dos meios, e comissões no âmbito da política, essa TV vem se desenvolvendo e em alguns momentos atinge pontos de alto reconhecimento, pela sociedade em geral, pela crítica e pelos grupos artísticos e intelectuais do país.

São esses momentos brilhantes e destacados que fazem a MARCA da TV pública brasileira.

Qualidade - Uma TV voltada para crianças e jovens

As estatísticas nos informam que os brasileiros, e principalmente as crianças, passam em média quatro horas em frente à TV, tempo maior ao que dedicam à escola. Existem no Brasil cerca de 40 milhões de lares com pelo menos um aparelho de TV, e estima-se que em cada uma dessas casas exista em torno de duas crianças. Sem contar os números extra-oficiais.

Não resta dúvida de que a TV aberta ainda é o veículo de maior penetração no país e foi ao refletir sobre a importância da televisão na vida de milhões de crianças e jovens brasileiros, na carência educacional de nossa população e na força de penetração do veículo, que as TVs culturais e educativas apostaram, anos atrás e continuam apostando, numa escolha estratégica: qualidade, quantidade e variedade de programação.

Somente uma emissora pública, no Brasil, poderia realizar a ousadia de, no final dos anos 80, investir radicalmente no segmento infantil, com objetivos puramente sociais, culturais e educativos.

Anteriormente, na década de 70, tradição e ensinamentos já haviam sido plantados em São Paulo e no Rio de Janeiro, tanto pelo grupo norte-americano CTW Children's Television Workshop, criador de *Vila Sésamo*, quanto pela produção nacional de autores brasileiros, como o projeto *O Sítio do Picapau Amarelo*, da obra do Monteiro Lobato. Já estava aberta, portanto, uma vocação para o infantil.

Mas foi a TV Cultura, emissora educativa paulista da Fundação Padre Anchieta, que praticou efetivamente o conceito de televisão pública inspirado no exterior, deixando de lado o modelo professoral didático. Esse foi um momento decisivo, não só pelo financiamento da TV pelo governo do estado de São Paulo, mas principalmente pela parceria com a iniciativa privada num sistema de incentivo cultural. Sem a implantação desse modelo e sem a paixão, a dedicação, a consciência e o talento de uma equipe apaixonada, a marcante e duradoura experiência da TV infantil nacional não teria se consolidado. Naquele momento, buscou-se incansavelmente uma programação infanto-juvenil criativa e instigante.

Ao longo do percurso, as experiências mostraram a importância da criação de histórias e personagens originais, capazes de incorporar traços da cultura nacional. Nasceu nesse clima toda a família *Rá Tim Bum*, com *O Castelo* e *A Ilha*, e ainda *Mundo da Lua, Cocoricó, X-Tudo*, entre outros projetos.

Uma combinação de bons programas produzidos no Brasil, com outros selecionados em países como Alemanha, Inglaterra, Países do Leste Europeu, Estados Unidos e Austrália, transmitidos em horários estratégicos, deram ao público quantidade, qualidade e uma real dimensão de conversa, ou seja, uma programação que respondia aos anseios dos telespectadores, chegando a dois dígitos de audiência. Com essa opção, pode-se afirmar que a programação caminhou fortemente ao encontro dos princípios de cidadania, e, no decorrer de sua história de mais de 30 anos, nunca a TV pública esteve tão perto da população quanto quando fez essa opção determinante, conseguindo grande simpatia e justificando sua existência perante a sociedade.

Complementam essa história de conquista reconhecida nacional e internacionalmente, *A Turma do Pererê*, de Ziraldo, realizada pela TVE, e as recentes produções em série encabeçadas pela emissora no Rio de Janeiro, como *O Menino Muito Maluquinho*, resultado de parceria com a Secretaria do Audiovisual (SAV), do Ministério da Cultura (MINC), a Secretaria de Educação a Distância, do Ministério da Educação (MEC), e a Petrobras. Vale aqui citar outros exemplos, como o *Curta Criança* e o *Curta Animação*, também projetos realizados com a SAV-MINC, que totalizam hoje mais de 40 histórias e 20 novos personagens brasileiros, criados em diferentes regiões do país. Esse produtos, que representam e preservam as várias identidades que compõem o mosaico cultural brasileiro, circulam por todas as TVs educativas do Brasil, tecendo uma espécie de interlocução entre as várias regiões. Todas essas realizações foram, basicamente, bancadas pelo poder público nesses últimos quatro anos.

Hoje, as TVs educativas exibem um mínimo de cinco horas de programação infantil diária, alcançando um *share* considerável, sem falar nos excelentes índices de afinidade e fidelidade. *CataLendas, Dango Balango* são produtos infantis feitos no Pará e em Minas Gerais que completam essa tradição.

O espaço para expressão da cultura e do pensamento jovem é outra marca da TV pública no Brasil. *Som Pop, Matéria Prima, Poder Jovem, A Fábrica do Som, Atitude.com, Alto Falante*, são apenas algumas séries marcantes dessa história.

Qualidade - Informação, debate e reflexão

Assim como os bons programas para crianças e sobre as crianças se tornaram fundamentais, os grandes temas de debate na sociedade são perseguidos como pauta obrigatória nos setores informativos das TVs públicas do Brasil.

Política, economia, ecologia e meio ambiente, saúde, educação e cultura merecem tempo e espaço privilegiado. Como um laboratório, essas TVs criaram, ao longo dos tempos, formatos para que outras vozes pudessem expressar suas idéias. Roda Viva, Observatório da Imprensa, Espaço Público, Sem Censura, Opinião Nacional, Metrópolis, Caderno 2, Re[corte] Cultural, Repórter Eco, Expedições são idéias pesquisadas, criadas e testadas dentro dos ambientes da TV pública educativa e cultural.

A TV Senado e a TV Câmara têm mostrado a importância e a necessidade de sua existência nesses últimos anos, atuando de forma presente e fundamental ao mostrar em tempo real os principais acontecimentos políticos do Brasil, dando visibilidade aos representantes políticos em seu momento máximo de atuação.

Qualidade - Compromisso com a formação e o audiovisual: diretores, programadores e produtores

Sintonizados com as discussões postas pelos grupos sociais, precisamos entender que a qualidade, como oposição ao termo baixaria, só aparecerá por meio da prática e das discussões entre profissionais; da observação do público; da experimentação de fórmulas; da formação de jovens diretores, programadores e produtores com espírito público; da análise cuidadosa das pesquisas; da busca de novos modelos; da abertura dos mercados de produção; e, conseqüentemente, do investimento no setor da televisão pública.

A qualidade da programação passa, certamente, pela formulação de políticas públicas, com definição de responsabilidades e criação de mecanismos efetivos e permanentes para que o público tenha assegurado o seu direito a uma televisão de qualidade, comprometida com a identidade nacional, a cultura, a cidadania e a educação.

O Projeto DOCTV, uma iniciativa do MINC, com a ampla participação da Associação Brasileira das Emissoras Públicas, Educativas e Culturais (ABEPEC) e suas emissoras, tem levado à tela da TV temas e assuntos que jamais tinham sido mostrados antes. Pelas suas características, abriu espaço para as várias regiões do país, contribuindo para a formação de novos diretores, para a descentralização da produção e, também, para reforçar as TVs estaduais. Os resultados mostram que esse é um caminho a ser perseguido.

A marca maior: a TV pública

Celeiro de formação profissional, espaço de experimentação, reconhecimento internacional, relação de apoio mútuo com a produção independente, difusão da produção audiovisual brasileira. Esses são alguns dos papéis que se podem conferir à TV pública no Brasil. Mas, hoje, não basta diferenciar a TV pública utilizando a premissa da programação de qualidade. Hoje, não basta diferenciar a TV pública pela difusão de conteúdo nacional, pois outros já se apoderaram dessas marcas. Hoje, a Rede Pública que faz sentido se dará pela possibilidade de diversificar as opiniões, de abrir os conteúdos, de tratar de todos os temas e abordar todas as localidades. Essa será sua marca e sua qualidade.

O advento da digitalização permite colocar em pauta, mais uma vez, o papel da TV pública no Brasil. Precisamos definir com clareza os direitos e os deveres das TVs públicas nesse novo cenário. Construir um projeto único de TV pública para o país, que fomente a produção nacional, avalie os conteúdos, garanta a difusão por todo o território nacional, contribuindo assim para a inclusão social e a democratização da comunicação.

Para que tudo isso se consolide, é urgente e necessário o estabelecimento de políticas públicas cuidadosas e conscientes, resultado da mais ampla discussão, como a proposta neste Fórum, para que todos os atores se sintam representados e a TV Pública possa cumprir plenamente a sua missão.

Beth Carmona - Presidente da TVE Brasil

I Fórum Nacional de TVs Públicas — Um processo de construção

A preparação do I Fórum Nacional de TVs Públicas, em curso desde setembro último, tem sido capaz de mobilizar importantes setores do governo federal e da sociedade civil, reunindo, de forma pioneira, o mais completo conjunto de informações, visões e propostas a respeito do desenvolvimento do campo público de televisão no Brasil.

Com o apoio do Gabinete da Presidência da República e da Casa Civil, o engajamento da Radiobrás e da TVE / Rede Brasil, sob a coordenação da Secretaria do Audiovisual do Ministério da Cultura, a proposta de articulação institucional rumo ao Fórum recebeu adesão imediata da Associação Brasileira das Emissoras Públicas, Educativas e Culturais (ABEPEC), da Associação Brasileira de Televisão Universitária (ABTU), da Associação Brasileira de Canais Comunitários (ABCCOM) e da Associação Brasileira de Televisões e Rádios Legislativas (ASTRAL).

Pelo esforço dessas instituições foi possível traçar o diagnóstico do campo público de televisão descrito no conjunto de documentos organizados neste *Caderno de Debates*, e, com isso, cumprir a primeira etapa do processo de preparação do Fórum. Questões relativas a Missão, Configuração Jurídica, Legislação, Programação e Modelo de Negócios, Tecnologia e Infra-estrutura, Migração Digital, Financiamento e Relações Internacionais foram tratadas na especificidade de cada segmento, ao mesmo tempo que, reunidas, apresentam caminhos para um funcionamento articulado do campo público de comunicação como um todo.

Tendo por estratégia ampliar a discussão sobre o tema para além das fronteiras do próprio setor, envolvendo outras áreas afins, seja no arco ministerial, seja na sociedade civil e no Congresso Nacional, o Fórum dá início a sua segunda etapa preparatória, organizando uma extensa agenda de debates preliminares, a partir da formação de grupos temáticos de trabalho, que se debruçarão sobre o quadro de diagnóstico organizado neste *Caderno de Debates*.

Nesses grupos de trabalho participarão, ao lado das entidades do setor, representantes de universidades, organizações não governamentais, intelectuais, além dos ministérios da Cultura, da Comunicação, da Educação, das Relações Exteriores, do Planejamento, da Fazenda, Secom, Agência Nacional de Telecomunicações, Agência Nacional de Cinema, Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social, representações do Senado Federal e da Câmara dos Deputados.

Ao final desta etapa de funcionamento dos grupos temáticos de trabalho, estarão definidas as teses que comporão a pauta do Fórum. Um Fórum que se pretende propositivo, indicador de recomendações fundamentais para o desenvolvimento do campo público de televisão, gerador do acúmulo necessário 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.

Mario Borgneth - Assessor do Ministro da Cultura / Secretaria do Audiovisual

Diagnósticos Setoriais

ABEPEC Associação Brasileira das Emissoras Públicas Educativas e Culturais

I - APRESENTAÇÃO DO SETOR

A Associação Brasileira das Emissoras Públicas Educativas e Culturais é uma sociedade civil sem fins lucrativos que congrega 19 geradoras de televisão abertas com finalidade educativa, pública e cultural. Fundada em abril de 1998, em São Paulo, a ABEPEC tem como fundamento conceitual a defesa de uma TV pública independente, cuja programação esteja a serviço do cidadão e da sociedade; por isso valoriza a análise e o espírito crítico como ferramentas que conduzem ao conhecimento.

Entre suas tarefas institucionais mais significativas destaca-se a representação dos interesses da TV pública nas relações com os poderes constituídos — quer na esfera do Legislativo, do Executivo quer do Judiciário. Daí o contato freqüente da entidade com ministros e secretários, a realização de seminários dirigidos no Congresso Nacional, além da participação ativa no grupo de trabalho da Comissão de Defesa dos Consumidores da Câmara dos Deputados, no Conselho Superior de Cinema, na elaboração do novo manual de classificação indicativa e no Comitê Consultivo do SBTVDigital.

No âmbito interno da associação discute-se de forma permanente o desenvolvimento técnico e de produção das emissoras, tendo em vista a qualidade e as características de programação exigida pela televisão pública; buscam-se ainda mecanismos de gestão que garantam a viabilidade financeira das associadas; promovem-se cursos e pales-

tras voltados para o desenvolvimento e aperfeiçoamento institucional das emissoras.

Desde a sua criação, a ABEPEC desempenha também o papel de promotora da discussão sobre a importância da TV pública na sociedade brasileira.

01 - ESTATUTO

Associação Brasileira das Emissoras Públicas Educativas e Culturais

(Conforme alteração aprovada pela Assembléia Geral de 3 de maio de 2002)

CAPÍTULO I DA DENOMINAÇÃO, SEDE, FINS E DURAÇÃO

- **Art. 1º**. A Associação Brasileira das Emissoras Públicas Educativas e Culturais ABEPEC é uma sociedade civil sem fins lucrativos.
- **Art. 2º**. A sociedade terá sede em São Paulo, capital, podendo ter escritórios de representação em outras cidades, a critério da diretoria.
- Art. 3º. O prazo da sociedade é indeterminado.
- Art. 4º. São objetivos sociais:
- a) congregar as emissoras públicas de televisão, como tal

entendidas as que operam exclusivamente radiodifusão de sons e imagens de natureza educativa, sem fins lucrativos, mediante outorga específica dessa natureza;

- b) definir e implementar projetos, programas, estratégias e campanhas viabilizadoras do fortalecimento financeiro, da atualização tecnológica e do aperfeiçoamento da programação de suas associadas;
- c) desenvolver estudos, pesquisas, cursos, seminários e congressos buscando a maior integração das associadas a seu ambiente cultural e educativo, aproximando sempre mais suas atividades de seus objetivos institucionais;
- d) representar os interesses da televisão educativa e cultural perante os poderes constituídos, promovendo campanhas de sensibilização do Congresso Nacional e das Assembléias Legislativas para projetos de interesse das associadas;
- e) intermediar o relacionamento de suas associadas com as demais emissoras geradoras, de modo a harmonizar e estimular os interesses recíprocos;
- f) representar suas associadas em negociações de compra e venda de serviços, equipamentos e programas, e em acordos de cooperação técnica, inclusive internacionais;
 g) fortalecer o intercâmbio independente de informações
- técnicas e de produções entre as associadas;
- h) estimular, através de campanhas promocionais, o interesse de entidades de classe e empresas públicas e privadas no patrocínio dos programas gerados nas emissoras associadas, para cuja finalidade perseguirá a melhoria sempre crescente do conteúdo desses programas.

CAPÍTULO II DOS SÓCIOS, DIREITOS E DEVERES

Art. 5º. São associadas fundadoras as entidades que subscreveram a ata de constituição da ABEPEC, enquanto operarem emissoras públicas de televisão, de programação educativa e cultural.

Parágrafo primeiro. Poderão associar-se à ABEPEC, na categoria de associadas aspirantes, as entidades que operem emissoras compreendidas no artigo 4º, alínea "a" deste estatuto, enquanto assim permanecerem.

Parágrafo segundo. As associadas aspirantes poderão participar das assembléias gerais com direito a voz, mas sem direito de voto ou de serem votadas.

Parágrafo terceiro. As associadas aspirantes em dia com suas obrigações sociais passarão a associadas efetivas uma vez completados dois anos de sua admissão na ABEPEC, quando se investirão na plenitude dos direitos previstos no artigo 7°.

- **Art. 6º**. A diretoria poderá conferir título de "Sócio Benemérito" a pessoas ou entidades que venham efetivamente a contribuir para o desenvolvimento da entidade, sem que obtenham os direitos das associadas.
- **Art. 7º**. São direitos das associadas, entre outros previstos neste estatuto:
- a) participar, votar e ser votada nas assembléias gerais;
- b) eleger os membros da Diretoria e dos demais órgãos de administração;
- c) receber da associação a mais ampla proteção aos seus interesses.

Art. 8º. São deveres das Associadas:

- a) zelar pelo bom nome da associação e colaborar efetivamente para a consecução de suas finalidades e de seus objetivos;
- b) divulgar, em suas emissoras, os comunicados e boletins expedidos pela Associação, no interesse da televisão educativa brasileira;
- c) contribuir pontualmente com as mensalidades e cotas que lhes forem estabelecidas pela Assembléia Geral;
- d) comparecer, por seus representantes devidamente credenciados, às assembléias gerais da associação;
- e) exercer os cargos ou participar de comissões para os quais forem designados pelo órgão competente;
- f) acatar as resoluções da diretoria e das assembléias gerais;
- g) cumprir e fazer cumprir o presente estatuto;
- h) fornecer à associação uma cópia de seu estatuto, bem como a composição sempre atualizada de sua diretoria;
 i) integrar com as demais associadas e em tempo real a Rede Pública de Televisão, nos horários definidos pela ABEPEC, salvo motivo de força maior, devidamente justificado;

j) montar sua grade exclusivamente com programação própria, de associada da ABEPEC, de produção nacional independente ou estrangeira, observando sempre o conteúdo educativo, cultural, artístico ou informativo.

CAPÍTULO III Da assembléia geral

Art. 9º. A Assembléia Geral é o poder soberano da associação e se reunirá, ordinária ou extraordinariamente, conforme estabelecido neste estatuto.

Parágrafo primeiro. Os trabalhos serão dirigidos pelo Presidente da Associação e secretariados pelo Diretor Secretário.

Parágrafo segundo. O Presidente da Assembléia, além de seu voto de sócio, terá também o voto de desempate.

Parágrafo terceiro. Na votação dos balanços e relatórios de prestação de contas, os diretores da associação não terão direito a voto.

Parágrafo quarto. As votações nas assembléias gerais poderão ser simbólicas, nominais, secretas ou por aclamação, salvo nos casos de eleição, destituição ou apreciação de contas, quando serão secretas.

Parágrafo quinto. A ata dos trabalhos será lavrada e assinada pelo Secretário.

Art. 10. A Assembléia Geral Ordinária reunir-se-á uma vez por semestre.

Art. 11. São atribuições da Assembléia Geral:

a) examinar e julgar as contas da Diretoria, o balanço social e os demais atos administrativos;

 b) eleger, no devido tempo, os membros da Diretoria e do Conselho Fiscal;

c) destituir, quando assim o exigirem os interesses da Associação, um ou mais membros da Diretoria e do Conselho Fiscal, mediante o voto da maioria absoluta das associadas convocadas especificamente para essa finalidade, em Assembléia Geral Extraordinária;

d) substituir imediatamente, pelo voto de pelo menos um terço das associadas, e pelo prazo restante do mandato, os membros destituídos na forma da letra c) deste artigo;

e) aprovar critérios para a distribuição de recursos que venham a ser captados pela entidade;

f) decidir sobre alteração no presente Estatuto, com o voto de pelo menos um terço das associadas.

Art. 12. A Assembléia Geral Extraordinária se reunirá sempre que convocada pela Diretoria, pelo Conselho Fiscal, ou por um terço, no mínimo, das associadas, deliberando sobre os assuntos que tiverem motivado a convocação.

Art. 13. As assembléias gerais serão convocadas, mediante comunicação escrita com comprovante de recebimento, com antecedência mínima de 15 (quinze) dias para as ordinárias e 10 (dez) para as extraordinárias.

Art. 14. A Assembléia Geral reunir-se-á validamente com a presenca de pelo menos um terco das associadas.

Parágrafo primeiro. A Assembléia Geral deliberará pela maioria dos membros presentes, salvo quorum especial previsto neste estatuto, cabendo um voto a cada entidade associada, que o poderá exercer por credenciado pelo respectivo representante legal.

Parágrafo segundo. Só poderá votar e ser votada a associada quite com a associação.

CAPÍTULO IV DA ADMINISTRAÇÃO SOCIAL

Art. 15. São órgãos da associação:

- I A Diretoria:
- II O Conselho Fiscal.

Parágrafo único. O exercício da função de diretor ou de membro do Conselho Fiscal não será remunerado.

Art. 16. A Diretoria, que é órgão executivo, compõe-se de:

- I Presidente;
- II Três Vice-Presidentes: de Programação; de Tecnologia; e de Marketing e Captação de Recursos;
- III Diretor Secretário;
- IV Diretor Tesoureiro.

Parágrafo primeiro. Somente poderá ser eleito para cargo de Diretoria o principal dirigente de cada entidade associada. Caso o diretor da associação perca a condição de dirigente máximo da associada estará caracterizada a vacância, hipótese em que i) sendo o Presidente, assumirá em seu lugar o Vice-Presidente de Programação; ii) sendo exercente de outro cargo, deverá ser eleito substituto, na forma estabelecida neste estatuto.

Parágrafo segundo. O mandato da Diretoria é de 2 (dois) anos, permitida sua reeleição para mais um mandato.

Parágrafo terceiro. O mandato da Diretoria estender-se-á até a data da posse da nova diretoria eleita por Assembléia Geral.

Parágrafo quarto. O mandato dos membros da Diretoria que substituírem os destituídos, na forma preconizada pela letra c) do artigo 11, será complementar, pelo período restante dos mandatos dos que forem substituídos.

Parágrafo quinto. Os membros da Diretoria não respondem, solidária ou subsidiariamente, com a ABEPEC por quaisquer obrigações, ativas ou passivas, de qualquer natureza, que em nome desta tenham assumido ou venham a assumir no exercício regular de seus cargos e nos limites dos respectivos poderes, sendo, contudo, pessoalmente responsáveis por quaisquer danos que venham a causar à entidade, em decorrência de atos praticados com excesso de poder.

Parágrafo sexto. Subordinada diretamente à Presidência da Associação, funcionará uma Gerência Executiva, cujo titular será escolhido coletivamente pelos membros da Diretoria.

Parágrafo sétimo. A Gerência Executiva terá as atribuições que lhe forem conferidas pela Diretoria.

Art. 17. Compete à Diretoria:

- a) executar e fazer executar os objetivos da Associação;
- b) administrar a entidade;
- c) designar o Gerente Executivo, contratar funcionários e fixar a remuneração, daquele e destes.

Art. 18. Compete ao Presidente:

 a) representar a associação, ativa e passivamente, em juízo ou fora dele;

- b) constituir procurador ou procuradores para a defesa dos interesses sociais:
- c) cumprir e fazer cumprir os fins estatutários e as deliberações da Diretoria e da Assembléia Geral;
- d) presidir as reuniões da Diretoria e das Assembléias Gerais; e) assinar os balanços anuais da Associação, submetendo à apreciação da Diretoria o relatório das atividades administrativas e sociais referentes ao exercício findo, para que recebam parecer do Conselho Fiscal e possam ser levados, finalmente, à apreciação da Assembléia Geral;
- f) realizar operações bancárias e comerciais, assinando em conjunto com o Diretor Tesoureiro, sendo vedada a prestação de fianças, avais e cauções em nome da Associação; g) delegar, mediante procuração, as atribuições estabelecidas na letra f) deste artigo ao Gerente Executivo.
- **Art. 19**. Compete ao Vice-Presidente de Programação e sucessivamente ao Vice-Presidente de Tecnologia e de Marketing e Captação de Recursos substituir provisoriamente o Presidente, nas faltas e impedimentos, e definitivamente, em caso de vacância.

Parágrafo único. O Presidente poderá atribuir outras missões aos Vice-Presidentes, que agirão em seu nome.

Art. 20. Compete ao Diretor Secretário zelar pela operação e manutenção dos serviços da Secretaria.

Art. 21. Compete ao Diretor Tesoureiro:

- *a)* zelar pelo patrimônio da associação e promover a escrituração de sua contabilidade;
- b) acumular os serviços de secretaria, no caso de impedimento do Diretor Secretário.
- **Art. 22**. O Conselho Fiscal é constituído de 3 (três) membros, eleitos juntamente com a Diretoria pela Assembléia Geral, com mandato de 2 (dois) anos, coincidente com o da Diretoria, podendo seus membros ser reeleitos para mais um mandato.

Parágrafo primeiro. Juntamente com a eleição dos membros do Conselho Fiscal, a Assembléia Geral deverá eleger 3 (três) suplentes com idêntico mandato.

Parágrafo segundo. O Presidente do Conselho Fiscal será escolhido dentre e por seus membros, por ocasião da primeira reunião que realizar.

Parágrafo terceiro. É vedado o acúmulo da função de membro do Conselho Fiscal com qualquer outro cargo ou função dentro da Associação.

Art. 23. São atribuições do Conselho Fiscal examinar e dar parecer sobre as contas do exercício financeiro e relatório da Diretoria.

Art. 24. Compete ao Gerente Executivo da associação:

- a) organizar todo o serviço interno da associação e dirigir o respectivo expediente;
- b) submeter à aprovação da Diretoria a organização da Gerência Executiva, a contratação e dispensa de empregados, bem como a fixação dos respectivos salários;
- c) representar a associação, mediante procuração, perante as repartições públicas federais, estaduais e municipais, entidades autárquicas ou mantidas pelo poder público;
- d) ter sob sua responsabilidade os valores financeiros da associação, apresentando ao Diretor Tesoureiro balancetes mensais, prestando contas, a todo tempo em que solicitado pelo Presidente, pelo Diretor Tesoureiro ou pelo Conselho Fiscal.

CAPÍTULO V Das receitas

Art 25. As receitas da associação são compostas de:

- a) contribuição mensal das associadas estipulada pela Assembléia:
- b) arrecadação de cotas extraordinárias das associadas;
- c) doações e subvenções;
- d) pagamento de serviços prestados a pessoas físicas e jurídicas, públicas e privadas.

CAPÍTULO VI DAS SANÇÕES

Art. 26. As infrações a este Estatuto cometidas pelas associadas estão sujeitas às sanções previstas neste capítulo.

Art. 27. As infrações poderão ser punidas pela Diretoria com suspensão de direitos ou exclusão da associada, garantido sempre amplo direito de defesa.

CAPÍTULO VII Das disposições gerais

Art. 28. A dissolução da ABEPEC só ocorrerá se decidida pela Assembléia Geral, pela deliberação de pelo menos 3/4 (três quartos) dos votos das associadas com direito a voto.

Parágrafo primeiro. A proposta de extinção só poderá ser apresentada à Assembléia pela Diretoria, por aprovação de 2/3 (dois terços) de seus membros.

Parágrafo segundo. Dissolvendo-se a associação, a Assembléia Geral decidirá pela destinação de seu patrimônio líquido, pelo voto da maioria absoluta de seus membros.

02 - DIRETORIA DA ABEPEC

Jorge da Cunha Lima — Presidente

Rua Cenno Sbrigh 378 – Água Branca- São Paulo/SP – CEP 05036-900

Tel.: (11)- 2182-3122

Fax: (11) - 2182 3128

E-mail: presidente@tvcultura.com.br

www.abepec.com.br

Beth Carmona (TVE Rede Brasil) - Vice-Presidente de Programação

Av. Gomes Freire, 474 – Centro, Rio de Janeiro, RJ – CEP 20231-011

Tel.: (21) 3475-0012

Fax: (21) 2221-0295

E-mail: be th carmona@tvebrasil.com.br

www.redebrasil.tv.br

Glauber Santos Paiva Filho (TV Ceará de Fortaleza/CE)

- Diretor Secretário

Rua Osvaldo Cruz, 1985 — Aldeota- Fortaleza — CE — CEP 60125-150

Fone: (85) 3101-3131 Fax: (85) 3101-3109

E-mail: presidencia@tvceara.ce.gov.br

www.tvceara.ce.gov.br

Eugênio Bucci (Radiobrás) - Vice-Presidência de Relações Institucionais

SCRN 702/3 Bloco "B" Ed. Radiobrás, Brasília — DF —

CEP 70323-900

Tel.: (61) 3327-4200 / 4202

Fax: (61) 3327-4203

E-mail: eugenio@radiobras.gov.br

www.radiobras.gov.br

Marlene Calumby (Fundação Aperipê de Sergipe) - Vice-Presidente de Tecnologia

Rua Laranjeiras, 1837 - Bairro Getúlio Vargas - Aracaju-SE

- CEP 49055-380

Tel.: (79) 3214-6858 / 3214-4109

Fax: (79) 3214-6858

E-mail: deltagam@bol.com.br

www.aperipe.com.br

Antonio Achilis Alves da Silva (Rede Minas) - Diretor

Tesoureiro

Avenida Nossa Senhora do Carmo, 931 Belo Horizonte - MG

Tel.: (31) 3289-9000 Fax: (31) 3289-9114

E-mail: redeminas@redeminas.mg.gov.br

www.redeminas.mg.gov.br

03 - RELAÇÃO DAS INSTITUIÇÕES ASSOCIADAS [CONTATOS DAS INSTITUIÇÕES]

ALAGOAS - TVE MACEIÓ/AL

INSTITUTO ZUMBI DOS PALMARES

DIRETOR PRESIDENTE - LUCIANO PLINIO DA ROCHA

AV. FERNANDES LIMA, 1047 - FAROL

57050-000 - MACEIÓ-AL

Tel. (82) 3218-8600/3218-8602

Fax: (82) 358-4019

E-mail: izp@uol.com.br; presidencia@izp.com.br

www.tvealagoas.com.br

AMAZONAS - TV CULTURA MANAUS/AM

FUNDAÇÃO TELEVISÃO E RÁDIO CULTURA DO AMAZONAS

DIRETOR PRESIDENTE - ALVARO DOS SANTOS MELO FILHO

RUA BARCELOS, 25 - PRAÇA 14 DE JANEIRO

69020-200 - MANAUS - AM

Tel.: (92) 21014999 / 2101-4858

Fax: (92) 633-3332

E-mail: gabinetefuntec@hotmail.com; alvaromelo@

vivax.com.br

www.tvcultura-am.com.br

BAHIA - TVE SALVADOR/BA

INSTITUTO DE RADIODIFUSÃO EDUCATIVA DA BAHIA - IRDEB

DIRETOR GERAL - WELITON ARAGÃO

RUA PEDRO GAMA, 413/E - ALTO DO SOBRADINHO

- FEDERAÇÃO.

40230-291 - SALVADOR - BA

Tel.: (71) 3116-7350 / 3116-7304

Fax:. (71) 3116-7333

E-mail: diretor@irdeb.ba.gov.br

www.irdeb.ba.gov.br

CEARÁ - TV CEARÁ DE FORTALEZA/CE

FUNDAÇÃO DE TELEDUCAÇÃO DO CEARÁ - FUNTELC

PRESIDENTE - GLAUBER SANTOS PAIVA FILHO

RUA OSWALDO CRUZ, 1985 – ALDEOTA

60125-150 - FORTALEZA - CE

Tel.: (85) 3101-3108/3109/3110/3111

Fax: (85) 3101-3112

E-mail: presidencia@tvceara.ce.gov.br

www.tvceara.ce.gov.br

DISTRITO FEDERAL - TV NACIONAL

RADIOBRÁS - EMPRESA BRASILEIRA DE COMUNICAÇÃO S/A.

PRESIDENTE - EUGÊNIO BUCCI

SCRN 702/703 - BLOCO B - 4° ANDAR - N° 18

EDIFÍCIO RADIOBRÁS

70710-750 - BRASÍLIA - DF

Tel.: [61] 3327-4200 / 3327-4201 / 3327-4202

Fax: (61) 3327-4203

E-mail: eugenio@radiobras.gov.br/

jrgarcez@radiobras.gov.br www.radiobras.gov.br

ESPÍRITO SANTO - TVE VITÓRIA/ES

RÁDIO E TELEVISÃO ESPÍRITO SANTO CENTRO CULTURAL CARMÉLIA N. SOUZA

DIRETOR PRESIDENTE - MARCOS ALENCAR

RUA ENGENHEIRO MANOEL PASSOS DE BARROS S/N°, CENTRO.

29026-170 - VITÓRIA - ES

Tel.: (27) 3381-3701/3137-2918

Fax: (27) 3137-2910

E-mail: rtvdiretoria@veloxmail.com.br;

tinocodosanjos@yahoo.com.br

MARANHÃO - TVE SÃO LUIZ/ MA

FUNDAÇÃO ROQUETTE-PINTO

PRESIDENTE - BETH CARMONA

RUA ARMANDO VIEIRA DA SILVA, 126 -

BAIRRO DE FÁTIMA.

65030-130 - SÃO LUIZ - MA

Tel.: (98) 2107-7418

E-mail: bethcarmona@tvebrasil.com.br www.redebrasil.tv.br/tvemaranhao

MATO GROSSO DO SUL - TVE CAMPO GRANDE/MS

FUNDAÇÃO JORNALISTA LUIZ CHAGAS DE RÁDIO E

TELEVISÃO EDUCATIVA -FERTEL-MS

DIRETOR PRESIDENTE - JOÃO BOSCO DE CASTRO MARTINS

RUA DESEMBARGADOR LEÃO NETO DO CARMO S/Nº

- PARQUE DOS PODERES

79037-900 - CAMPO GRANDE - MS

Tel.: (67) 3318-3800 / 3318-3856 / 3318-3872 /

3318-3848

Fax: (67) 3326-3920

E-mail: gabinete@tveregional.com.br; boscomartins@tveregional.com.br

www.tveregional.com.br

MINAS GERAIS - TV MINAS CULTURAL E EDUCATIVA — BELO HORIZONTE/ MG

FUNDAÇÃO TV MINAS CULTURAL E EDUCATIVA

PRESIDENTE - ANTÔNIO ACHILIS ALVES DA SILVA

AV. NOSSA SENHORA DO CARMO, 931 - SION

30310-000 - BELO HORIZONTE - MG

Tel.: (31) 3289-9000 / 3289-9142 / 3289-9141

Fax: (31) 3289-9035 / 3289-9114

E-mail: achilis@redeminas.mg.gov.br

www.redeminas.mg.gov.br

PARÁ - TV CULTURA DE BELÉM/PA

FUNDAÇÃO DE TELECOMUNICAÇÕES DO PARÁ

PRESIDENTE - VALDEMIR CHAVES DE SOUSA

AV. ALMIRANTE BARROSO, 735 - MARCO

66093-000 - BELÉM - PA

Tel.: (91) 3228-0838 / 4005-7700

Fax: (91) 3226-6753

E-mail: neymessias@funtelpa.com.br

www.portalcultura.com.br

PARANÁ - TVE - CURITIBA/PR

RÁDIO E TELEVISÃO EDUCATIVA DO PARANÁ

DIRETOR PRESIDENTE - MARCOS BATISTA

RUA JÚLIO PERNETA, 695 - MERCÊS.

80810-110 - CURITIBA - PR

Tel.: (41) 3331-7447

Fax: (41) 3322-0071

E-mail: presidencia@rtve.pr.gov.br

www.pr.gov.br/rtve

PERNAMBUCO - TV UNIVERSITÁRIA DE RECIFE/PE

NÚCLEO DE TV E RÁDIO – UFPE

DIRETOR GERAL - PAULO JARDEL CRUZ

AV. NORTE, 68 - SANTO AMARO

50040-200 - RECIFE - PE

Tel.: (81) 3423-4000 / 3423-8396 / 3423-8895

Fax: (81) 3423-8533

E-mail: pjardel@ufpe.br; programatvu@ufpe.br;

ascomtvu@ufpe.br

www.tvu.ufpe.br

RIO DE JANEIRO - TVE BRASIL - RIO DE JANEIRO/RJ

ASSOCIAÇÃO DE COMUNICAÇÃO EDUCATIVA ROQUETE-

PINTO-ACERP

PRESIDENTE - BETH CARMONA

AV. GOMES FREIRE, 474 – CENTRO

20231-011 - RIO DE JANEIRO - RJ

Tel.: (21) 2117-6202 / 2117-6203 /

Fax: (21) 2117-6235

E-mail: bethcarmona@tvebrasil.com.br

www.redebrasil.tv.br

RIO GRANDE DO NORTE - TV UNIVERSITÁRIA DE NATAL/RN

DIRETORA - ANA MARIA COCENTINO RAMOS

CAIXA POSTAL 1531 (CAMPUS) - 59078-970 -

NATAL - RN

Tel.: (84) 3215-3266 / 3215-3241

Fax: (84) 3215-3241

E-mail: superint@tvu.ufrn.br; amcocentino@terra.com.br;

tvu@ufrn.br

RIO GRANDE DO SUL - TVE DE PORTO ALEGRE/RS

FUNDAÇÃO CULTURAL PIRATINI - RÁDIO E TELEVISÃO

PRESIDENTE - FLÁVIO DUTRA

RUA CORREA LIMA, 2118 – MORRO SANTA TEREZA.

90850-250 - PORTO ALEGRE - RS

Tel.: (51) 3230-1550 / 3230-1551

Fax: (51) 3230-1556

E-mail: pres@tve.com.br

www.tve.com.br

SÃO PAULO - TV CULTURA DE SÃO PAULO/SP

FUNDAÇÃO PADRE ANCHIETA

DIRETOR PRESIDENTE - MARCOS MENDONCA

RUA CENNO SBRIGHI, 378 – ÁGUA BRANCA.

05099-900 - SÃO PAULO - SP

Tel.: (11) 2182-3100 / 2182-3556 / 2182-3557

Fax: (11) 2182-3128

E-mail: presidente@tvcultura.com.br

www.tvcultura.com.br

SANTA CATARINA – TV CULTURA DE FLORIANÓPOLIS/SC

FUNDAÇÃO CATARINENSE DE DIFUSÃO EDUCATIVA

E CULTURAL JERÔNIMO COELHO

DIRETOR SUPERINTENDENTE - AUREO MAFRA DE MORAES

AV. DO ANTÃO. 1884 – ALTOS DO MORRO DA CRUZ

88025-150 - FLORIANÓPOLIS - SC

Tel.: (48) 3228-0800

Fax: (48) 3228-0838/ (48) 3224-3944

E-mail:secretaria@tvcultura.ufsc.br

SERGIPE - TV APERIPÊ - ARACAJU/SE

FUNDAÇÃO APERIPÊ DE SERGIPE

PRESIDENTE - MARLENE CALUMBY

RUA LARANJEIRAS, 1837 – BAIRRO GETÚLIO VARGAS.

49055-380 - ARACAJU/SE

Tel.: (79) 3214-6858 / 3214-4109

Fax: (79) 3214-6858

E-mail: sinradse@ig.com.br; ligiapmv@ig.com.br

www.aperipe.com.br

TOCANTINS - REDESAT - TV PALMAS E RÁDIO PALMAS/TO

FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE DO TOCANTINS

INSTITUTO UNIVERSITÁRIO DE RADIODIFUSÃO EDUCATIVA

DIRETOR - VALDEMAR RODRIGUES LIMA JR.

ENDEREÇO: QUADRA 702 SUL, AV. TEOTONIO SEGURADO

CONJ 02 LT 1

77095-010 - PALMAS - TO

Tel.: (63) 2111-9600 / 2111-9622 / 2111-9661 /

2111-9608

Fax: (63) 2111-9693 / 2111-9605

E-mail: redesat@redesat-to.com.br

www.redesat-to.com.br

4 - OUTROS MEIOS DE COMUNICAÇÃO DE MASSA

EMISSORA	RÁDIO	PÁGINA NA INTERNET
TV Educativa de Alagoas — ALAGOAS	Rádio Educativa FM e	www.tvealagoas.com.br
	Rádio Difusora AM	
TV Cultura Manaus — AMAZONAS	Rádio Cultura	www.tvcultura-am.com.br
TV Educativa – BAHIA	Educadora FM 107,5	www.irdeb.ba.gov.br
TV CEARÁ – CEARÁ	Não tem	www.tvceara.ce.gov.br
TV NACIONAL – DIST. FED.	Rádio Nacional AM e FM	www.radiobras.gov.br
	Rádio Nacional da Amazônia	
	Rádio Nacional do Rio de Janeiro	
TVE – ESPÍRITO SANTO	Rádio AM Espírito Santo	Não tem
TVE – MARANHÃO	Não tem	www.redebrasil.tv.br/
		<u>tvemaranhao</u>
REDE MINAS DE TELEVISÃO	Não tem	www.redeminas.mg.gov.br
TV REGIONAL – MATO GROSSO DO SUL	FM Regional MS	www.tveregional.com.br
TV CULTURA – PARÁ	Rádio Cultura	www.portalcultura.com.br
TV UNIVERSITÁRIA – PERNAMBUCO	Rádio Universitária	www.tvu.ufpe.br
TVE – PARANÁ	Paraná Educativa FM 97,1 e	www.pr.gov.br/rtve
	AM 630	
TVE-REDE BRASIL – RIO DE JANEIRO	Rádio MEC	www.redebrasil.tv.br
TV UNIVERSITÁRIA – RIO GRANDE DO NORTE	Rádio FM Universitária	tvu@ufrn.br
TVE – RIO GRANDE DO SUL	FM Cultura 107,7	www.tve.com.br
TV CULTURA – SANTA CATARINA	Não tem	Não tem
TV APERIPÊ – SERGIPE	Aperipê AM e FM	www.aperipe.com.br
TV CULTURA – SÃO PAULO	Cultura AM e FM	www.tvcultura.com.br
TV PALMAS – TOCANTINS	Rádio 96 FM	www.redesat-to.com.br

II - EIXOS TEMÁTICOS

01 - Missão e finalidade

As finalidades da ABEPEC, instituição que congrega 19 emissoras abertas de televisões públicas, confundem-se com os objetivos destas emissoras. Esses objetivos se consolidaram no contexto da evolução da própria televisão no Brasil. Em sua origem, a televisão brasileira iniciou suas atividades como televisão comercial, com finalidades lucrativas, da mesma forma como ocorreu nos Estados Unidos e diferentemente das emissoras européias, inicialmente públicas, com finalidade educativa e não de produzir lucro.

Foram necessários mais de dez anos para que a televisão pública educativa iniciasse suas atividades no Brasil. Pela ordem, foram criadas sucessivamente as emissoras de Pernambuco, de São Paulo e do Rio de Janeiro. No primeiro momento com um ideário claramente educativo semelhante ao das inovadoras experiências das televisões canadense e portuguesa. Contudo, desde o início, percebeu-se que as necessidades do telespectador brasileiro eram outras. Assim, suas programações adquiriram uma dimensão generalista, com programas educativos, artísticos, culturais e infantis. Mais tarde acrescentou-se a esses conteúdos a informação jornalística. E isso tudo aconteceu à revelia

da legislação de 1967, elaborada em plena ditadura que limitava o âmbito da programação das televisões com outorga não comercial à transmissão de aulas e conferências. Embora essas restrições só tenham sido derrogadas pela Constituição de 1988, a televisão educativa brasileira nunca se submeteu àquelas restrições que só favoreciam a televisão comercial.

Não foram poucos os percalços para que esse setor de grande interesse público da comunicação no país se afirmasse como um instrumento fundamental para a formação de crianças e de adultos, sobretudo nas faixas sociais mais carentes da população. Televisões geralmente criadas nos âmbitos estadual, federal ou de fundações, careceram quase sempre de recursos compatíveis com o tipo de atividade, tanto para a produção de suas programações quanto para a renovação tecnológica de seu parque produtivo. Além do mais, tais instituições não desfrutavam de autonomia intelectual e administrativa indispensáveis à plena realização de sua missão, o que só seria possível com a presença gestora de conselhos representativos da sociedade, nos quais a presença dos governos fosse minoritária. Isto continua sendo, ainda hoje, um dos objetivos de grande parte das geradoras públicas de televisão.

Todas essas televisões, quando tiveram condições de produzir, realizaram programações de alta qualidade, com um caráter tanto formativo quanto informativo, para adultos, além de propiciarem programações alegres e instrutivas para faixa infantil.

Descrição da missão das instituições organizadas no setor e os principais desafios para o alcance destes objetivos.

Segundo a Constituição de 1988, todo o sistema de radiodifusão tem compromissos com a sociedade:

Art.221. A produção e a programação das emissoras de rádio e televisão atenderão aos seguintes princípios:
I- Preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas:

II- Promoção da cultura nacional e regional e estímulo à produção independente que objetive sua divulgação;
III- Regionalização da produção cultural, artística e jornalística, conforme percentuais estabelecidos em lei;
IV- Respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família.

Contudo, segundo a mesma Constituição, as televisões não são iguais, pois expressa no Art 223: Compete ao Poder Executivo outorgar e renovar concessão, permissão e autorização para o serviço de radiodifusão sonora e de sons e imagens, observado o princípio da complementaridade dos sistemas PRIVADO, PÚBLICO E ESTATAL.

Não houve até agora regulamentação desse artigo, apenas a sábia distinção feita pelo texto constitucional, que se evidenciou correta, como a prática comprovou: cada tipo de televisão representando a sua própria substância.

Por isso mesmo, torna-se indispensável a existência de uma televisão pública forte. No Brasil, o principal eletrodoméstico, depois do fogão, é o aparelho de televisão. As crianças ficam em média quatro horas por dia diante de um canal de TV. O maior entretenimento do povo é a TV. Da mesma forma, a maior influência comportamental, política e até religiosa também é a TV. Os valores cívicos da escola pública e os valores morais da família foram substituídos pelos valores éticos, emocionais e culturais da telenovela. Nesse contexto, podemos afirmar que a televisão pública tornou-se um instrumento republicano de equilíbrio da sociedade. A comunicação eletrônica de massa, como a entende a televisão pública, é hoje um instrumento fundamental para a formação crítica do cidadão no encalço da cidadania e para a permanência da própria democracia.

A ABEPEC, que reúne 19 TVs públicas em todo o país, tem como objetivo tornar essas emissoras capazes de realizar a missão para a qual foram criadas. Tal capacidade depende de alguns fatores importantes que inspiram a ABEPEC a atuar com muito profissionalismo junto a todas as camadas da sociedade, sejam elas estatais ou privadas.

Qualquer busca de um conceito para a televisão pública implica na reflexão sobre alguns pressupostos para a sua afirmação perante a sociedade a qual ela deve servir. Vejamos.

Uma independência intelectual, administrativa e financeira que permita à instituição produzir uma programação de alto nível só será possível com base em uma estrutura jurídico — administrativa na qual a gestão seja feita pela sociedade por meio de conselhos altamente representativos desta e com participação minoritária dos representantes diretos dos governos.

Uma legislação nova, atualizada, que regule a comunicação eletrônica de massa e conceitue adequadamente a televisão pública no contexto geral da televisão brasileira tornase urgente, para superar esse vazio legislativo em que se encontra toda a comunicação eletrônica de massa.

É evidente que a televisão pública não pode resistir à penúria financeira em que se encontra em todo o território nacional. Assim, um sistema estável de financiamento por parte da sociedade, incluindo dotações públicas federais, estaduais e mesmo municipais torna-se indispensável. A adoção de taxas sobre venda de aparelhos de televisão, adotadas em outros países como a Inglaterra, obteve pouca receptividade junto à opinião pública nacional. Podemos optar pela criação de um fundo que possibilite a formação de uma rede de produção de programas educativos, culturais, informativos e infantis. Da mesma forma precisamos encontrar uma maneira legal que permita claramente a contribuição da sociedade à TV pública, segundo seus padrões éticos e humanos.

Outra condição indispensável para viabilizar com mais eficiência a televisão pública, será a adoção de uma política de desenvolvimento tecnológico que possibilite o financiamento da transição da televisão analógica para a televisão digital, oportunidade única para o nivelamento tecnológico das emissoras públicas estaduais.

Tão importante quanto isto é a possibilidade da realização de multi-programação, que possibilite a simultaneidade de

programações de interesse público nos diversos setores da educação, saúde, cultura, arte, esporte, informação etc.

Os novos paradigmas técnicos e criativos do sistema digital pedem o desenvolvimento e capacitação de recursos humanos.

Uma participação permanente em todas as instâncias de reflexão e na assessoria das políticas de comunicação em trânsito no poder Legislativo e Executivo é indispensável para que o pensamento e os interesses da televisão comercial não prevaleçam sobre as necessidades da televisão pública. A reflexão, contudo, deve alastrar-se a todos os níveis da sociedade, por meio da promoção de reuniões, debates e seminários sobre os objetivos e a prática da televisão pública no Brasil. Essa preocupação hoje é universal. São inúmeras as contribuições que podemos dar e receber participando dos grandes encontros internacionais voltados para a discussão e consolidação da televisão pública no mundo. A viabilização de co-produções e a formação de redes internacionais de TV pública dependem de presença e articulação, o que não tem sido muito uma prática brasileira.

Para que isso tudo se realize precisamos aprofundar bastante o conceito de televisão pública, tendo em vista até as confusões que suscitam. Muita gente ainda confunde televisão pública com televisão estatal ou governamental, embora a Constituição tenha reservado espaço para cada uma delas. Da mesma forma devemos afirmar que "a televisão pública não é igual à televisão comercial". Desde sempre, a concessão de televisão comercial significou que os setores privados da sociedade poderiam explorar como negócio o veículo, pois se tratava de televisão aberta, gratuita e com fim lucrativo. A televisão comercial baseiase nas regras do mercado, seu produto não é o conteúdo televisivo, mas o próprio público telespectador, a audiência, enfim, cujo valor é medido sistematicamente pelos institutos de pesquisa. Para sustentar esse critério de valor, a televisão comercial aberta busca, com sua programação, atingir a "audiência universal", o que significa privilegiar

uma "grade" vertical voltada para todo o público, o tempo todo, ao mesmo tempo. Isso exige uma programação de concessão, de agrado de todo mundo, o que acaba por comprometer necessariamente o nível de qualidade. Essa busca impulsionou a maioria dos programas de domingo das televisões comerciais, e terminou por contaminar, inclusive, aqueles veiculados nos dias de semana.

A programação da televisão comercial exige um ritmo não compatível com a assimilação das idéias por parte do telespectador. Arapidez, parte essencial da dinâmica do espetáculo e do entretenimento, é utilizada estrategicamente para que o espectador dispense qualquer passagem de conteúdo pelo cérebro. Nesse modelo, o espetáculo televisivo dirige-se diretamente às entranhas, sem passar pela inteligência.

Tal expediente permeia, sobretudo os telejornais das comerciais, tanto em sua forma quanto em seus conteúdos. Caudatários das práticas consagradas pela televisão americana, sobretudo a CBS, nas comerciais as coberturas privilegiam o chamado "hard news", notícia quente, transmitida em tempo real, ou mesmo produzida como furo jornalístico -isso tudo passado vertiginosamente para o telespectador sem qualquer reflexão mais profunda a respeito do acontecido. As pautas trabalham mais com as conseqüências do que com as causas dos fatos. Esse jornalismo não tem o rigor dos princípios anteriormente adotados pelo New York Times, por exemplo, mas tenta, sustentado em entrevistas com personagens importantes, ou em raros debates, aprofundar minimamente as questões.

Já a dramaturgia, que constitui, no Brasil, a maior contribuição da televisão comercial, seja pela qualidade das novelas, seja pela dos seriados, acabou por cortejar exageradamente a libido do telespectador, deixando a desejar em qualquer moral religiosa, civil ou filosófica. Os virtuosos são chatos e estúpidos, os inescrupulosos são inteligentes, às vezes atraentes, e geralmente bem-sucedidos.

A reduzida programação infantil é produzida praticamente toda no exterior, como se nossas crianças tivessem nasci-

do no Japão ou nos Estados Unidos. Programas violentos, super excitados, que, por conseqüência de uma "grade" vertical, contemplam sem qualquer distinção crianças de 3 a 14 anos.

Os programas de entrevista ou de auditório constituem a consagração de um mundo e de uma humanidade pasteurizados. O "herói" é convocado para os programas não pelas suas virtudes, mas pela sua excentricidade ou pelo reconhecimento no mercado comercial da arte ou da política.

Uma televisão assim constituída não pode ser chamada de televisão pública, por mais que a legislação considere toda a radiodifusão como concessões do serviço público.

Então, poderemos nos perguntar: em que a televisão pública difere da televisão comercial?

A televisão pública é também aberta, gratuita, mas sem finalidades lucrativas. Não se pauta pelas regras do mercado. Para ela, o público não é produto, mas destinatário dos conteúdos televisivos. O produto da televisão pública é a programação. E essa programação não deve ser avaliada pela quantidade de audiência, mas por sua qualidade ou necessidade. Portanto, o critério da televisão pública não é o da audiência universal, mas do "universo de audiência". Como concessão de televisão educativa, num sentido geral, a televisão pública deve formar e informar o telespectador. Uma grade horizontal busca contemplar os telespectadores de idades e formações diferentes, por segmentos de audiência. Assim, quando a programação infantil atinge seis pontos de audiência, ela está contemplando grande parte daquele universo.

Outro atributo importante da televisão pública é o ritmo. O ritmo da televisão pública é o "ritmo da reflexão" e da compreensão dos conteúdos propostos. O espetáculo da televisão pública é outro, é o espetáculo do gosto intelectivo e emocional. Não é o do mero entretenimento, que pretende confundir-se com a própria linguagem da televisão, mas

que, na verdade, constitui artifício ardiloso na conquista da atenção a qualquer preço. Na TV pública, a porta de entrada da compreensão ou da dúvida é o pensamento.

Podemos insistir que "a qualidade da televisão pública não é medida pela audiência, mas pelo conteúdo, pelo formato e pela estética da programação". Algumas pessoas ligadas aos institutos de pesquisa chegaram a afirmar, em reunião da ABEPEC, que qualidade é o que a audiência acha que é qualidade. Isso parece absurdo, pois além de constituir um insulto ao gosto da população, inverte o conceito mais correto de que "o gosto é uma questão de oferta e não de demanda". Evidentemente, se oferecemos baixaria, todo o tempo, para agradar à audiência universal, o gosto vai se deteriorando. Ao contrário, quando se oferece qualidade, repetidamente, o gosto se apura. Na televisão pública o alvo é o cidadão, não o consumidor. Por isso mesmo a televisão pública tem um compromisso com as identidades culturais da nação, as quais derivam da criação regional resultante de manifestações, entendimentos, valores e comportamentos próximos do homem e do seu habitat. E o regional pode produzir-se tanto no grotão dos confins quanto num quarteirão da metrópole. Guimarães Rosa, Graciliano Ramos e Glauber Rocha botaram o dedo mais fundo nessa aldeia universal que é o sertão. A poesia das periferias de São Paulo e do Rio de Janeiro constitui hoje o melhor da literatura e da afirmação de uma identidade nacional. Identidade não se confunde, contudo, com nacionalismo, mas com identidades espalhadas pelo mundo.

E isso, para a televisão pública, não é um paradoxo, mas uma nova compreensão dos valores regionais, que às vezes ficam escondidos pelo excesso de divulgação dada aos modelos artísticos consagrados e pela absoluta falta de cobertura por parte dos meios de comunicação. Ao contrário das televisões comerciais, a televisão pública deve utilizar-se ao máximo da força criativa dos produtores independentes locais, para revelar com mais autenticidade esses valores regionais da cultura, da arte, da educação e da informação - enfatizados na Constituição de 88.

Educação, arte, cultura, informação e programação infantil representam os pilares da programação da televisão pública destinada "à formação crítica do telespectador para a cidadania" — missão esta aprovada pelo Conselho Curador da TV Cultura e avalizada em Assembléia da ABEPEC.

Educação é uma das funções a ser desenvolvida permanentemente pela televisão pública. Contudo, essa função não pode substituir a educação presencial que se realiza nas escolas, em todos os níveis. Assim, a televisão pública se reserva, com bastante eficiência, espaço para a educação complementar do telespectador, extra-curricular, mas capaz de ampliar os seus conhecimentos. Esse conhecimento é fundamental, tanto para uma elevação pessoal quanto para consolidar uma colocação profissional, sobretudo nas classes mais modestas, que não tiveram acesso a esse tipo de formação. Por outro lado, com a evolução tecnológica propiciada pela internet, a programação a distância volta à pauta da televisão pública, seja para a formação de docentes, seja para um maior acesso de telespectadores ao conhecimento fundamental. Arte e cultura na televisão pública buscam a divulgação de produtos criativos oriundos dos valores da identidade e da vanguarda e não apenas dos valores da moda, consagrados no mercado comercial da arte.

Julgamos fundamental que todas as televisões públicas tenham jornalismo próprio e editorialmente contrastado; embora haja muitos adeptos da idéia de extingui-lo, sob pretexto de que ele custa muito caro e não é prioritário. Em um planeta globalizado onde as relações, nas várias instâncias e níveis, são mediadas pela informação (abundante, escassa, verdadeira, manipulada, imprecisa, etc), o argumento carece de qualquer sentido. Qualidade e reflexão constituem o fundamento do que chamamos recentemente de "jornalismo público". A necessidade de um jornalismo público deriva primeiramente da questão da pauta. No mundo moderno há uma pauta compulsória que freqüenta as redações dos noticiários, propondo assuntos gerados por interesses políticos, financeiros, ideológicos e, até, religiosos. A pauta do jornalismo pú-

blico deve ser ditada pelos interesses da sociedade, e não pelos assuntos em voga. Outra questão fundamental é a seguinte: o jornalismo público privilegia a compreensão do acontecimento e não o espetáculo da notícia. E essa talvez seja a distinção mais categórica dos dois tipos de jornalismo. O jornalismo público deve se ocupar mais da contextualização do que das conseqüências primárias dos acontecimentos.O ritmo e o formato de um telejornal, na televisão pública, implicam, portanto, a produção de matérias de interesse da sociedade que estimulem a compreensão do telespectador e agucem sua capacidade de questionar. Para tanto, há que se dispor de repórteres empenhados, editores criativos e locutores e âncoras humanizados.O fundamental, contudo, é a independência, pluralismo, ausência de preconceitos, presença exaustiva do contraditório e uma ética de transparência.

Porém, tanto a discussão do conceito da televisão pública quanto à discussão do jornalismo público continuam uma questão aberta à contribuição de profissionais, meios acadêmicos, artistas, políticos e interessados pela TV pública no Brasil. Assim é que as emissoras públicas brasileiras já elaboraram seus próprios conceitos e missões, como se pode constatar a seguir:

"A missão da Fundação Padre Anchieta, por meio de sua programação de radio, televisão e de futuros meios de comunicação, é promover a formação crítica do homem para a cidadania, por uma constante verificação das demandas da sociedade, em cinco vertentes fundamentais: educação, cultura, arte, informação e entretenimento". [TV Cultura/SP]

"Desenvolver programas educacionais, culturais e informativos, com o uso de sistemas integrados de rádio, de televisão e de novas tecnologias, mobilizando uma rede nacional de parcerias qualificadas e comprometidas com o acesso democrático à informação, com vistas à ampliação de conhecimentos, à educação e ao exercício pleno da cidadania". (TVE Brasil/RJ)

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

"Promover o exercício da cidadania, contribuir para a universalização da cultura, da informação e integração do estado de Minas Gerais, valorizando a ética, qualidade, crença no indivíduo e a cidadania". (**Rede Minas/MG**)

"O Instituto de Radiodifusão Educativa da Bahia — IRDEB - cumpre sua missão de difundir cultura e educação com uma programação criativa, inteligente e de reconhecida qualidade, além de oferecer importantes serviços à comunidade. O IRDEB está voltado para objetivos bastante definidos: educar, entreter e prestar serviços à comunidade. Procura divulgar a história, as tradições, a arte e as belezas da Bahia e de sua gente, por meio de seu complexo de comunicação" (IRDEB/BA).

"ATV Ceará surgiu como uma proposta viável para a ampliação da oferta de matrícula nas séries terminais do ensino fundamental, proporcionando um melhor nível de ensino, através de inovações tecnológicas e metodológicas no processo educacional e outras atividades. Busca acoplar recursos e serviços educacionais, culturais e informativos, visando minorar a carência de informações de qualidade, possibilitando a nossa clientela, meios de descobrir seu mundo, questionar as suas idéias e repensar a sua ação." [TV Ceará/CE].

"ATV Universitária de Pernambuco foi criada em 22 novembro de 1968, com a finalidade de ampliar os horizontes da informação, cultura e educação, além de contribuir para a formação de profissionais da área". (TVU/PE)

"A TVU-RN produz programas educativos, culturais e jornalísticos dos mais diversos formatos, além de campanhas educativas e de difusão cultural, exercendo um importante papel na formação complementar e crítica do

telespectador, contribuindo para o exercício da sua condição de cidadão. Assim, enquanto a programação das TVs privadas busca os mercados e o consumo, a TVU se volta para a sociedade, procurando atender aos interesses do telespectador, à medida que realça a sua participação, quer através da interação com os seus programas, por intermédio do telefone, quer através do atendimento às suas sugestões de pautas". [TVU/RN]

02. Configuração jurídica e institucional

Não há no direito positivo a conceituação de TV pública, exceção feita ao princípio programático da complementaridade (artigo 223 da Constituição).

Mesmo a TV educativa tem configuração escassa e imprecisa, utilizando como critério supostamente distintivo o conteúdo da programação (aulas, conferências, palestras e debates, conforme o anacrônico enunciado do Decreto-lei nº 236/67).

A concessão para operar TV educativa, ainda segundo o DL 236, só pode ser dada às pessoas políticas (União, estados e municípios), às universidades e às fundações, estas duas últimas se comprovadamente tiverem recursos próprios para mantero empreendimento. A Lei 9.637/98 admitiu que Organizações Sociais (OS) possam "absorver atividades" de televisão educativa.

As emissoras que fazem parte da ABEPEC tem as seguintes configurações jurídicas:

EMISSORA NATUREZA DA CONCESSÃO		DATA DE
		FUNDAÇÃO
TV Educativa de Alagoas-ALAGOAS	Autarquia estadual, ligada ao Instituto Zumbi dos Palmares.	10/1984
TV Cultura Manaus - AMAZONAS	Fundação pública de direito público, ligada ao	9/6/1993
	governo do estado do Amazonas.	
TV Educativa - BAHIA	Fundação de direito público, sem fins lucrativos,	1/7/1983
	ligada à Secretaria da Cultura e Turismo do estado.	
TV CEARÁ - CEARÁ	Fundação de direito público - FUNTELC, vinculada	7/3/1974
	a Secretaria de Cultura.	
TV NACIONAL - DISTRITO FEDERAL	Empresa de economia mista. É vinculada ao governo federal	15/12/1975
TVE - ESPÍRITO SANTO	Autarquia estadual, vinculada a	24/09/1989
	Superintendência de Comunicação Social	
TVE - MARANHÃO	OS - Associação de Comunicação Educativa Roquette	
	Pinto – Acerp – Outorga educativa de geradora estadual	
REDE MINAS DE TELEVISÃO	Organização da Sociedade Civil de Interesse Público	14/08/1984
	(OSCIP) Fundação de direito público, sem fins	
	lucrativos, com autonomia administrativa e financeira.	
TV REGIONAL - MATO GROSSO DO SUL	Fundação pública de direito privado. Secretaria de Cultura	1987
TV CULTURA - PARÁ	Fundação Pública, ligada à Fundação de	20/06/1977
	Telecomunicações do Pará - Funtelpa	
TV UNIVERSITÁRIA - PERNAMBUCO	Vínculo federal, ligada à Universidade Federal de	28/07/1968
	Pernambuco (UFPE).	
TVE - PARANÁ	Autarquia estadual, ligada à Secretaria de Educação	

TVE-REDE BRASIL - RIO DE JANEIRO	OS - Associação de Comunicação Educativa Roquette	3/1/1967
	Pinto – Acerp – Outorga educativa de geradora nacional	
TV UNIVERSITÁRIA – RIO GRANDE DO NORTE	Vínculo federal, ligada à Superintendência de	1972
	Comunicação - Universidade Federal do RN	
TVE – RIO GRANDE DO SUL	Fundação pública de direito privado, sem fins	29/03/1974
	lucrativos. Fundação Cultural Piratini, ligada a	
	Secretaria de Estado da Cultura.	
TV CULTURA – SANTA CATARINA	Vínculo federal, ligada à Universidade Federal de	
	Santa Catarina.	
TV APERIPÊ – SERGIPE	Fundação de direito público, ligada à Secretaria de Educação.	
TV CULTURA - SÃO PAULO	Fundação pública de direito privado, ligada à	1967
	Secretaria de Cultura.	
TV PALMAS - TOCANTINS	Fundação Pública de Direito Privado - Fundação	30/06/1997
	Universidade do Tocantins - Unitins.	

03. Legislação e marcos regulatórios

As emissoras de televisão associadas à ABEPEC são, quanto à concessão recebida, TVs educativas, exceção feita à TV Nacional de Brasília (Radiobrás).

A natureza jurídica delas varia de órgãos da administração direta (sem personalidade jurídica) a fundações de direito privado, passando por autarquias, fundações públicas, empresas públicas, órgãos de universidades e organização social.

Não há configuração jurídica própria, ao menos na radiodifusão livre e gratuita, para as chamadas TVs universitárias. Existem as que operam concessão (educativa) de televisão, e as que não são concessionárias, mas programadoras de conteúdo a ser distribuído por operadoras de TV (paga) a cabo.

À exceção da TV Cultura (Fundação Padre Anchieta/SP) e da TVE Piratini (RS), as associadas da ABEPEC têm, nos seus conselhos, maiorias constituídas de representantes diretos dos governos. Eles reservam para si a condição de demitir, a qualquer momento, as diretorias executivas dessas televisões. A única exceção é a TV Cultura, em

que seus dirigentes têm mandato constituído e poder de decisão sobre a gestão. Todas têm o poder público como principal, quando não o único subvencionador.

Sobre essa dependência de recursos públicos, há que registrar que não houve revogação expressa de outra norma do DL 236/67, a que proíbe às TVs educativas a transmissão de qualquer propaganda, direta ou indiretamente, bem como o patrocínio dos programas transmitidos, mesmo que nenhuma propaganda dele seja feita.

Essa restrição, todavia, foi revogada implicitamente, seja pela legislação de incentivos à cultura — que inclui como atividade incentivada, e, portanto, apta a receber patrocínio, justamente a radiodifusão educativa; seja pela Lei Federal nº 9.637, de 15 de maio de 1998, que estabelece que as entidades que absorverem atividades de rádio e televisão educativa poderão receber recursos e veicular publicidade institucional de entidades de direito público ou privado.

04. Programação e modelo de negócios

Programas jornalísticos e culturais são predominantes nas 1.965 horas mensais produzidas por todas as 19

emissoras. Na imensa maioria dos casos, a programação das associadas da ABEPEC tem vocação generalista — o menu contempla programas infantis, telejornalismo, transmissões esportivas, musicais, games, filmes, variedades, documentários, produtos culturais e paradidáticos. A teledramaturgia, por sua vez, aparece esparsa e sazonalmente, tanto na programação infantil quanto adulta. Há de se situar como forma abrandada da linha generalista, a TV E do Ceará, que opera como TV Escola durante 55 horas semanais.

Pela capacidade de produção, a TV Cultura e a TV E Brasil são as grandes municiadoras de conteúdos para a rede: 40% das emissoras associadas (AL, AM, BA, ES, RN, SC e TO) ocupamentre 80% a 95% de sua grade de programação com material gerado pelas duas. A programação captada da TV Cultura representa em média 46,47%, variando de 83,16% (TVE/AL) a 10,29% (TVE/MT), e a da TVE Brasil ocupa uma média de 30,11%, da grade das emissoras associadas, variando de 5,46 % (TVC/SC) a 83,24 % (TVE/MA).

A produção própria das demais emissoras públicas associadas representa em média 23% da sua programação, e varia de 4,3%, caso da TVE/AL, a 44,59%, como na TVE/PR.Registre-se que um grupo composto pela TV Nacional de Brasília, Rede Minas, TVE Ceará, TVE Rio Grande do Sul, TVE Paraná, TVE Mato Grosso do Sul e TV Universitária de Pernambuco produz entre 33% a 60% de tudo que leva ao ar.

Todas as emissoras possuem programas jornalísticos locais, informativos ou de debates.

Todas as associadas da ABEPEC transmitem o programa *Roda Viva* e o *DOCTV*. O *Jornal da Cultura* (22h), com exceção da TVE Brasil, TV Nacional, TVE Maranhão e TVE Mato Grosso do Sul, é retransmitido pelas demais associadas. Da mesma forma, além do *DOCTV*, todos produzem, em maior ou menor escala, documentários históricos e artístico-culturais.

O jornalismo de meio ambiente tem característica nacional, como os programas *Repórter Eco* e *Expedições*, enquanto

o jornalismo de caráter artístico-cultural, como o *Alto Falante* (Rede Minas/MG), *Metrópolis* (TVC/SP) ou *Soterópolis* (TVE/BA), é produzido regionalmente pelas emissoras. Ressalte-se que os programas inclusivos *Jornal Visual* e *Programa Especial* são exibidos por cerca de 40% das associadas.

Além dos programas infantis da TV Cultura e TVE Brasil, como o *Cocoricó* (TVC/SP), *Menino Maluquinho* e *A Turma do Pererê* (TVE/RJ), veiculados em todas as emissoras associadas, também as emissoras do RS, PA, RJ, MG e SP têm produções infantis na grade de outras associadas, como o *Pandorga* (RS), *Catalendas* (PA) e *Dango Balango* (MG).

Todas as emissoras procuram fazer produtos educativos dirigidos ao público jovem, como os programas *Eureka* (TVE/PR), *Saúde Total*; (MS), *Ver Ciência* (PE), *Jogos Literários* (RS), *UFS Ciência* (SE) e o *Café Filosófico* (RN), porém a maioria retransmite aqueles fornecidos pela TVE Brasil e pela TV Cultura.

A novidade na montagem das programações fica por conta do incremento de intercâmbio de programas próprios entre as associadas fora do eixo TV Cultura/TVE Brasil, exemplo do *Ver TV* e *Diálogo Brasil* – TV Nacional/DF, *Radar* - TVE/RS, *Alma Guarani*-TVE/MS ou *Livro Aberto* – Rede Minas/MG.

As co-produções cresceram em especial na TV Cultura e TVE Brasil, mas ainda representam pouco no conjunto e repercutem pontualmente (exceções feitas ao *Espelho Brasil*, co-produção que envolve treze emissoras associadas e, principalmente, o *DOCTV*). Os programas voltados para a cidadania, como o *Via Legal*, *Mobilização Brasil* e *Balanço Social* são exibidos por 99% das associadas.

Ainda que menos expressivas, também as chamadas parcerias e a terceirização complementam a programação das associadas, a exemplo de produções locais como o *Rede Jovem de Cidadania*, na Rede Minas e *Sergipe Justiça*, da TV Aperipê/SE. Algumas emissoras disponibilizam parte de sua "grade" para transmissão de programas institucionais

do estado, como no caso da TVU/PE e TVE/ES com suas respectivas Assembléias Legislativas, ou da TVE/AL com a Justiça do Trabalho do Estado de Alagoas.

Com a intensificação da aproximação com produtores independentes, as TVs associadas têm ampliado suas programações e garantido qualidade, como os programas *Megafone* e 100 Canal, na TV Ceará Interativa/CE. Acrescente-se ainda que a TV Cultura e a TVE Brasil compõem sua programação por meio da aquisição de produtos internacionais.

Por fim, quanto ao acervo das emissoras é correto dizer que processos sistemáticos de arquivamento e de catalogação são feitos principalmente na TVE Brasil e TV Cultura, que dispõem de infra-estrutura. A TV Cultura e a TVE Paraná possuem programas de digitalização do acervo. Isso não significa que a memória das demais tenha sido irreversivelmente apagada, porém há o risco da perda de arquivos, tanto pelo processo inadequado de armazenamento quanto pela reutilização das fitas masters para novos programas.

05 – Tecnologia e infra-estrutura

Sistemas operacionais:

Todas as 19 emissoras públicas associadas à ABEPEC operam no sinal analógico aberto em seus municípios de outorga, participando em função disso do sistema de cabo local. Já estão com seus sinais no satélite o Ceará, Paraná, Sergipe, Minas Gerais, São Paulo e Rio de Janeiro. A TV Cultura de São Paulo e a TV Nacional possuem um canal a cabo próprio: respectivamente a TV Rá-Tim-Bum e a NBR.

Modalidades de transmissão:

A abrangência de cobertura varia em função da localização e potência dos transmissores, entre 10 e 30 Kw.

- Utilizam microondas: BA, ES, MG, PA, RJ, RS e SP.
- Unidade M\u00f3vel Externa com Microondas: BA, DF, RJ, RS, SP e TO.
- PA, RN e TO não fazem enlaces com a Embratel local.

Perfil de alcance do sinal das TVs das instituições associadas:

GERADORA	RETRANSMISSORA	GERADORA	RETRANSMISSORA	
	PRÓPRIA	AFILIADA	AFILIADA	MUNICÍPIO
1	2			102
1	2			5
1	309			333
1	156			194
1	1			4
1	0			8
1				24
1	684	29	51	760
1	30			62
1	1			3
1	0			55
1	20	11	9	280
1	0		68	100
E 1	0			15
1	39			103
	1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1	PRÓPRIA 1 2 1 2 1 309 1 156 1 1 1 0 1 684 1 30 1 1 1 0 1 20 1 0 2 0 2 0 2 0 2 0 2 0	PRÓPRIA AFILIADA 1 2 1 2 1 309 1 156 1 1 1 0 1 684 29 1 30 1 1 1 0 11 1 20 11 1 0 11 1 0 11 1 0 11 1 0 11 1 0 11 1 0 11 1 0 11 1 0 11 1 0 11 1 0 11 1 0 11 1 0 11 1 0 11 1 0 11 1 0 11 1 0 11 1 0	PRÓPRIA AFILIADA AFILIADA 1 2

TOTAL = 1.885 emissoras	19	1560	88	218	2880
TV PALMAS - TOCANTINS	1	101			80
TV CULTURA - SÃO PAULO	1	211	48	90	745
TV APERIPÊ - SERGIPE	1	4			5
TV CULTURA - SANTA CATARINA	1				12

Obs.: Os números, coletados diretamente das emissoras e verificados na Anatel e no IBGE, expressam o alcance do sinal nos municípios mais populosos do país, representando mais de 70% da população brasileira e 90% do PIB.

Recepção de sinal de satélite:

Todas recebem por parabólica fechada, com diâmetro que varia de 3,6 m a 7,5 m.

Capacidade de geração:

A maioria das associadas está no satélite e utiliza geração analógica, exceto Bahia, Minas Gerais, Pará, Paraná, Rio Grande do Sul e Tocantins que operam por meio digital, sendo que São Paulo opera nos dois.

Parque técnico das TVs das instituições associadas:

O parque técnico das emissoras é bastante diversificado e heterogêneo. A grande maioria opera com equipamentos híbridos. Prevalecem os sistemas Betacam e DVCam.

Área de gravação externa:

- Nº de câmeras portáteis: 133, entre DVCAM, DSR 300 Sony, DXC-D 30 e D35Sony, Sony 327, DXC 537, DSR-370, DVCPro, PD170, DXC D35 e DSR 250, CAMCORDERS, BETACAM SP e DIGITAL.
- Link de microondas para externas em: AL, AM, BA, DF, MG, PA, PR, RJ, RN, RS, SP e TO.

Área de gravação interna:

Estúdios: 35

Câmeras fixas: 68

• Mesas de corte: 37

 Número de Vt's: 323, entre Betacam, DVC Pró, SVHS, Hi-8 e, sobretudo, U-Matic

• Gruas: 6

• Mesas de áudio: 45

 Canais da mesa: variam de 8 canais - MXP-29 Sony na TVE/ES aos 96 canais proporcionados pelos 4 mixers YAMAHA DM-2000 da TV Cultura/SP.

Geradores de caracteres: 34

Área de edição:

Número de ilhas: 112

- Linear: 51

- Não linear: 55

Número de ilhas de pós-produção: 54

Área de geração:

- Analógico: AL, AM, BA, DF, ES, PE, RJ, RS e SP
- Digital: BA, MG, PA, PR, RS e TO

Controle mestre:

- Automatizado na BA, CE, DF, ES, MG, RJ, RS e TO.
- Número de Vt's: 59

Laboratório de manutenção de engenharia: TVE/AL, TV Ceará, TV Aperipê/SE e TVU/RN não têm.

Central de computação gráfica em: AM, DF, ES, MG, PA, PR, RJ, RN, RS, SP, SE e TO.

Equipamento diversos: DELL DUAL XEON, INTEL PENTIUM IV, Macintosh G5, Pentium 4 com placa PYR Perception Betaca SP.

Obs.: Os dados mencionados neste item se referem a 16 das 19 emissoras da ABEPEC.

Ao longo dos últimos dois anos as emissoras associadas promoveram mais de 300 cursos de capacitação e treinamento, formando cerca de 2.400 funcionários em todas as áreas. Atualmente a TVE Paraná está capacitando todo seu pessoal para trabalhar com os equipamentos digitais recém-adquiridos.

06. Migração digital

Das 19 emissoras associadas, a TVE Paraná e a TV Cultura de São Paulo possuem projeto para a digitalização. O projeto da TVE do Rio de Janeiro está em andamento. As demais associadas encontram-se na etapa de viabilização de definição de tecnologias para implantação de seus projetos de digitalização.

07. Financiamento

Do modelo

O financiamento das emissoras públicas associadas da ABEPEC está baseado em um modelo de negócios misto, no qual os recursos são provenientes, em grande parte, do tesouro (municipal, estadual e/ou federal), e, em menor escala, da venda de serviços, dos patrocínios, da venda de mídia (espaço publicitário) e licenciamento de produtos. Tomando como referência a execução orçamentária de 2005, as instituições mantenedoras dos sistemas de comunicação das 19 emissoras membros da ABEPEC têm um orçamento estimado de R\$ 407.855.342,51, conforme discriminado abaixo:

TVE - ALAGOAS	R\$ 5.153.919,00
TV CULTURA - AMAZONAS	R\$ 5.300.000,00
TVE - BAHIA	R\$ 15.274.000,00
TV CEARÁ - CEARÁ	R\$ 6.999.626,39
TV NACIONAL - Sistema Radiobrás - DISTRITO FEDERAL	R\$ 105.715.739,51
TVE - ESPÍRITO SANTO	R\$ 7.500.000,00
REDE MINAS DE TELEVISÃO - MINAS GERAIS	R\$ 14.673.910,44
TV REGIONAL - MATO GROSSO DO SUL	R\$ 5.357.000,00**
TV CULTURA - PARÁ	R\$13.118.315,37
TV UNIVERSITÁRIA - PERNAMBUCO	R\$ 2.626.942,00
TVE - PARANÁ	R\$ 18.078.662,00
TVE-REDE BRASIL - RIO DE JANEIRO/TVE - MARANHÃO	R\$ 80.000.000,00
TV UNIVERSITÁRIA - RIO GRANDE DO NORTE	R\$ 330.000,00*
TVE-RS - RIO GRANDE DO SUL	R\$ 16.777.045,60
TV CULTURA - SANTA CATARINA	R\$ 330.000,00**
TV APERIPÊ - SERGIPE	R\$ 6.105.497,57
TV CULTURA - SÃO PAULO	R\$ 120.000.000,00
TV PALMAS - TOCANTINS	R\$ 2.990.000,00
TOTAL	R\$ 407.855.342,51

^{*:} RGN, Orçamento de 2006.

^{**:} Estimativas de MS e SC.

Da origem dos recursos

Desse total, aproximadamente 80 milhões, ou seja 20%, são provenientes da venda de patrocínios e mídia. No caso da TVE Brasil do Rio de Janeiro, 50% da receita orçamentária é proveniente de recursos próprios, venda de serviços, patrocínios e projetos especiais via Lei Rouanet. Já a TV Cultura de São Paulo tem cerca de 15% de sua receita proveniente dessa venda.

Do destino dos recursos

Em relação à destinação desses recursos, o panorama das emissoras é bastante diverso. No caso da TV Cultura de São Paulo, 55% do orçamento é gasto com custeio e pessoal. Já a Rede Minas destina 92% do seu orçamento ao custeio e pagamento de pessoal. Observe-se que o cenário da emissora mineira se repete na grande maioria das emissoras de pequeno porte. No geral, cerca de 5% do orçamento das emissoras é destinado a investimentos.

Considerando o exposto, a direção da ABEPEC sugere:

1 – que o investimento em equipamentos para a digitalização das emissoras públicas (captação, edição e transmissão) seja proveniente de recursos federais, a fundo perdido, de modo a compensar a grande defasagem existente;

2 – que se crie um fundo para a formação de uma rede de produção de programação das emissoras públicas, nos moldes do DOCTV:

3 – que se crie um modelo de financiamento que preserve a subordinação das TVs públicas aos interesses da sociedade e possibilite a realização de sua missão.

08. Relações internacionais

A ABEPEC participa da Comissão de Constituição da ONITEC, sucessora da AITED, sendo seu presidente o coordenador do projeto.

A ABEPEC participa, juntamente com a TVE Espanhola, a Universidade Livre de Barcelona, o Canal 22 do México, a TV Cultura de São Paulo e as TVs do Caribe da constituição do Canal Luso Americano.

Todas as emissoras ligadas à ABEPEC estão associadas a TAL — Televisão da América Latina e a maioria delas à TV Brasil Canal Integración/Radiobrás.

A TV Cultura de São Paulo possui parcerias com a BBC/Inglaterra, RTP/Portugal e com o Canal 22 do México.

A TVE Brasil do Rio de Janeiro, além de promover intercâmbio de programas com o exterior, coordena a Aliança Latino-Americana (ALA), que desenvolve intercâmbio de programação entre Brasil, Argentina, Chile, Colômbia, Uruguai e México.

A TV Nacional possui acordos de cooperação e intercâmbio de programação com a RTP/Portugal, a TeleSur/Venezuela e a IPCTV, do Japão. Além disso, as TVs Educativas do Paraná e do Rio Grande do Sul trocam programas com a TeleSur.

A TV Cultura do Pará realiza produções em parceria com a França e Portugal, a exemplo do O Círio de Nazaré e sua peregrinação e Curiuá Catú.

ABTU Associação Brasileira de Televisão Universitária

I - Nota introdutória

Este documento traz a síntese do sistema de televisão universitária brasileira, partindo de sua história de quase quatro décadas no país até a organização social e representativa do segmento. As informações contidas neste relato agregam diversas pesquisas, resultados de eventos do setor e questionários respondidos pelos representantes das instituições de ensino superior que produzem televisão universitária no Brasil, trabalhos esses realizados pela Associação Brasileira de Televisão Universitária (ABTU).

O documento segue o roteiro sugerido pelo Ministério da Cultura com a finalidade de substanciar o governo federal na elaboração e no desenvolvimento dos eixos temáticos do I Fórum Nacional de TVs Públicas. Nesse sentido, tal relato tem o objetivo de apresentar um diagnóstico do setor de televisão universitária brasileira, assim como elencar sugestões e demandas que, ao longo de sua evolução, foram se apresentando aos seus realizadores.

Estão aqui as situações específicas, as principais demandas e o entendimento de quem produz televisão universitária no país quanto às estratégias para o desenvolvimento deste campo de televisão pública. Entendendo a TV pública como aquela voltada exclusivamente para o desenvolvimento da cidadania, a melhoria de qualidade de vida da população, o apoio à educação, o incremento

à cultura regional, a democratização da informação e do conhecimento e todas as demais demandas preconizadas pelo artigo 221 de nossa Constituição.

II - Apresentação do setor

A primeira experiência de televisão universitária de que se tem registro no Brasil data de 1968, a TV Universitária de Recife, ligada à Universidade Federal de Pernambuco. Seu objetivo era promover a educação formal através da televisão.

Depois dela, pelo menos 15 instituições de ensino superior receberam outorgas de canais educativos abertos e vêm operando as estações, tanto como geradoras quanto como retransmissoras. Tais emissoras têm como suporte a programação das duas principais redes educativas nacionais: a TV Cultura de São Paulo, da Fundação Padre Anchieta (ligada ao governo do estado de São Paulo), e a TVE Brasil, da Associação de Comunicação Educativa Roquette Pinto (ligada ao governo federal), complementadas pelas demais redes estaduais e estatais de televisão educativa.

O campo de televisão universitária, no entanto, iria se desenvolver, efetivamente, décadas depois. É que as primeiras emissoras operadas por Instituições de Ensino Superior (IES) no campo da radiodifusão (TV aberta, nas freqüências VHF ou UHF) não ofereciam ao público telespectador uma programação especificamente universitária. Programação enten-

dida como aquela que ofereça uma alternativa à tradicional televisão comercial com base nas atividades de educação, extensão e pesquisas universitárias, dos personagens e dos pontos de vista do mundo acadêmico. A vinculação dessas estações com as IES era, sobretudo, administrativa e financeira, até mesmo por conta de suas limitações de produção.

As televisões universitárias, assim, ganham relevância após a promulgação da Lei Federal nº 8.977, de 5 de janeiro de 1995, conhecida como Lei da TV a Cabo. No seu artigo 23, institui os chamados "Canais Básicos de Utilização Gratuita", que as operadoras são obrigadas a disponibilizar sem custo para os assinantes ou para os provedores de conteúdo dos canais. Entre eles, especifica "um canal universitário, reservado para o uso compartilhado entre as universidades localizadas no município ou municípios da área de prestação do serviço".

Visando à ocupação desse espaço, as IES começam a se organizar internamente na estruturação de núcleos de produção televisiva e externamente na busca do compartilhamento com outras instituições para a administração dos canais. Tal movimentação igualmente "contamina" diversas IES que mantém ou solicitam outorgas de emissoras educativas abertas, redirecionando sua produção como extensão das atividades acadêmicas, tanto curriculares como de projetos de comunicação social.

Em 1997, o movimento de integração começa a se organizar e tem seu primeiro grande passo em Caixas do Sul (RS), na realização do I Fórum Brasileiro de Televisões Universitárias. Organizado pela Universidade de Caxias do Sul (que já vinha realizando eventos regionais nesse sentido), já nesse primeiro evento 50 IES se reuniram para a troca de experiências e planejamento do desenvolvimento do

setor. Nesse encontro, surge a convicção da necessidade de uma entidade representativa nacional.

Alguns dos profissionais presentes deram prosseguimento ao processo de integração e, em 1998, realizam o II Fórum Brasileiro de Televisões Universitárias em Ouro Preto-MG, em conjunto com o Seminário Brasileiro de Televisões Educativas, da Associação Brasileira de Televisões Públicas, Educativas e Culturais (ABEPEC). Foi proposta, então, a incorporação das emissoras universitárias à associação, mas isso foi negado pela sua plenária.

A partir daí, o segmento busca a própria representatividade nacional. Em 30 de outubro de 2000, em São Paulo, um grupo de IES funda a Associação Brasileira de Televisão Universitária (ABTU). Hoje, com 40 afiliadas, a ABTU é reconhecidamente a entidade nacional representativa do segmento, inclusive pelas IES não afiliadas – que têm na associação a referência do setor - pelos órgãos públicos e governamentais (ministérios da Educação, Ciência e Tecnologia, Comunicação, Cultura, ANATEL, Ministério Público Federal) e por entidades privadas (NET, Canal Futura, Sebrae), organizações sociais (FNDC), demais associações de comunicação social televisiva brasileiras (ABERT, ABCCOM, ASTRAL, ABEPEC) e instituições internacionais Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO), Associação de Televisão Educativa Ibero-americana (ATEI), a Virtual Educa, a Cooperação Latino-Americana de Redes Avançadas (Rede Clara).

Em 2004, de acordo com pesquisa realizada para a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco)², contabilizava-se mais de 30 canais de cabodifusão mantidos por 64 Instituições de Ensino Superior, sendo 11 canais compartilhados³ por várias

² Dados obtidos através do "Mapa dos Canais Universitários no Brasil". O trabalho, realizado por Fabiana Peixoto, teve início em junho de 2003 e é uma versão atualizada e ilustrada da pesquisa realizada pela equipe do professor Juliano Carvalho, da Pontifícia Universidade Católica (PUC) de Campinas, em 2002. O Levantamento de Canais Universitários Brasileiros está disponível no site da ABTU (www.abtu.org.br) (ver CARVALHO, Juliano Maurício (org.). Mapa da Televisão Universitária no Brasil. CD-Rom. Campinas: ABTU / PUC Campinas, 2002).

³ O regulamento da TV a cabo, Decreto nº 2.206/97, esclarece que as universidades interessadas em ocupar o Canal Universitário de acordo com o inciso I do artigo 23 da Lei nº 8977/95 devem entrar em acordo para definir a distribuição do tempo para exibição dos programas de cada universidade e as condições de utilização.

universidades, a exemplo do CNU — Canal Universitário de São Paulo, e 20 canais exclusivos, ou seja, ocupados por apenas uma Instituição de Ensino Superior. Operando em radiodifusão, temos mais de duas dezenas de canais, dirigidos por outras IES, com produção própria ou retransmitindo geradoras educativas. Com exibição de suas programações em canais abertos e fechados (cabodifusão e radiodifusão) havia 36 canais, ligados a 13 Instituições de Ensino Superior. Em MMDS (microondas), a TV FAG, de Cascavel (PR). Ao todo, computavam 85 instituições de Ensino Superior ocupando 73 canais de televisão no Brasil.

Somam-se a esses números as experiências de IES que não têm a licença para operação dos canais, mas que exibem suas produções em canais a cabo; que ocupam horários de exibição em emissoras abertas regionais, comerciais ou educativas e até mesmo fornecem programação para redes nacionais diversas, como Rede Vida, Canal Futura e Século XXI.

A quantidade de IES envolvidas, a variedade das propostas de programação e a multiplicidade dos sistemas técnicos utilizados para a transmissão dos sinais são indicadores irrefutáveis da expansão da televisão universitária no país.

A universidade brasileira, muito rapidamente, vai deixando para trás antigos preconceitos contra a televisão e passa a confiar no potencial dessa mídia para a difusão de informação, cultura, educação e cidadania. É a mesma universidade brasileira que levou quase 20 anos para admitir que a televisão pudesse ser um objeto sério de pesquisa acadêmica (a TV surgiu no país em 1950 e apenas no final dos anos 1960 apareceram os primeiros estudos sobre ela, no campo da sociologia e da comunicação) e que agora dá um grande salto em seu processo de compreensão do fenômeno televisual e se põe, ela mesma, a fazer TV.

O potencial das TVs universitárias é ainda maior se considerarmos que esses canais ainda estão subutilizados e que existem várias cidades em que as universidades ainda não ocupam os canais destinados a elas. Da mesma maneira acontece nas solicitações de outorgas de emissoras educativas abertas. Outra possibilidade que começa a ser explorada são as TVs na internet. Cerca de uma dezena de universidades já transmitem via rede mundial de computadores e/ou disponibilizam sua produção para a comunidade virtual. E pelo menos duas afiliadas já dispõem de satélite para transmissão nacional.

Perspectivas para a Televisão Universitária Brasileira

No plano conceitual, amadurece progressivamente a idéia de que a televisão universitária é muito mais do que uma televisão estudantil. Ela é a face da universidade, a expressão audiovisual de sua comunidade, de suas atividades e de seus projetos. Buscam-se fórmulas de integração efetiva de estudantes, professores e funcionários ao esforço produtivo da televisão, para obter uma programação que seja atraente, consistente e relevante. Trabalha-se para dar estabilidade e continuidade aos projetos de TV existentes, para que se possa avançar rumo àquilo que se espera da universidade e que a televisão universitária também poderá oferecer, no futuro: a experimentação, a criação de formatos e padrões e a oferta de uma alternativa de produção televisiva voltada para a cidadania e a democratização da informação e do conhecimento, o apoio à educação e o incremento cultural nacional e local.

No **plano institucional**, as IES vão experimentando as mais diversas formas de vinculação dos núcleos de TV aos organismos universitários e vão buscando soluções que ampliem a autonomia desses núcleos, em favor de seu desenvolvimento mais rápido e em benefício do público, que demanda programas de qualidade. As comunidades acadêmicas vão descobrindo as potencialidades da televisão e aprendem a utilizar-se desse poderoso instrumento

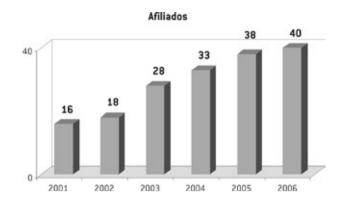
de comunicação na difusão de conteúdos essenciais para o crescimento do país e o bem-estar da população.

No **plano financeiro**, há muito que fazer na televisão universitária para que a captação de patrocínio se torne uma prática rotineira e que o financiamento externo possa substituir o financiamento próprio das IES. A profissionalização dessa área, indispensável, representa em si mesma um enorme desafio, porque terá de confrontar e superar preconceitos históricos da universidade nas suas relações com o mercado. Será necessário convencer a comunidade acadêmica que vender publicidade na televisão universitária não significa, necessariamente, "mercantilização da educação" ou abastardamento da sua missão formadora da cidadania. O que equivale a mover uma montanha de resistências.

No **plano legal**, as IES esforçam-se para aprovar o Projeto de Lei nº 2.973/00, que altera a redação do artigo 23 da Lei da TV a Cabo, estendendo a todas as IES o direito de uso dos canais universitários e rompendo com o monopólio nominal das universidades. A ABTU apóia também projetos de lei que fortalecem a televisão de interesse público, não comercial, em todos os sistemas disponíveis de televisão, e defendem, ao mesmo tempo, a flexibilização das restrições que pesam sobre a publicidade na televisão educativa, confiante de que a responsabilidade social das empresas é crescente e que seu empenho na promoção e educação da cidadania é sincero e deve ser facilitado.

No **plano político**, as IES vão se agregando progressivamente à Associação Brasileira de Televisão Universitária, com vistas à discussão de problemas comuns, à troca de experiências, à representatividade política e ao intercâmbio de programação. A ABTU hoje congrega 40 instituições e trabalha para implantar o projeto da Rede de Intercâmbio de Televisão Universitária (RITU), uma central nacional de

distribuição de programas universitários, que será o embrião de uma futura rede nacional de TV, exclusivamente universitária.



Pouco mais de uma década da promulgação da Lei do Cabo, em contraste com os 38 anos da televisão educativa estatal e os 56 da televisão comercial, o que foi feito até agora é um conjunto nada desprezível de iniciativas relevantes. É muito, no quadro de uma universidade em crise, num país sob severas restrições econômicas. Mas é pouco, perto do que a televisão universitária ainda pode dar ao Brasil.

01 - ABTU - Detalhamento da Entidade

Associação Brasileira de Televisão Universitária (ABTU) Alameda Lorena, 800 — Jardim Paulista São Paulo, SP — CEP 01424-001 —

Tel.:: (11) 3527-9470 – www.abtu.org.br

Diretoria eleita para biênio 2006/2007

Diretor Presidente: Gabriel Priolli – (11) 2244-2427 – gp@tal.tv

Diretor Vice-Presidente: Cláudio Márcio Magalhães — (31) 3422-9922 — claudiomagalhaes@uol.com.br Diretor-Administrativo: José Dias Paschoal Neto — (19) 3756-7325 — paschoal@puc-campinas.edu.br Diretor-Financeiro: Fernando Moreira — (19) 3947-1037 — fmoreira@bighost.com.br

Diretor-Técnico: Alexandre Kieling (51) 3590-8701
Diretor de Comunicação Social: Carlos Alberto Carvalho
(51) 3320-3911

Conselho Fiscal

Presidente: Heliana de Matos Nogueira — [11] 5085-0242 — Iili.jpta@epm.br

José David Campos Fernandes — [83] 3216-7720 — editor@tv.ufpb.br

Júnia Miranda de Carvalho — [31] 3319-4620 — juniapuctv@pucminas.br

Daniel De Thomaz — [11] 2114-8737 — dthomaz@mackienze.com.br

Cícero Barboza — [48] 3224-9828

Conselho de Ética

Presidente: Hugo Oliveira Belens – (71) 3324-7734 – tvucsal@ucsal.br

Guaraciaba Tupinambá – (92) 3234-5562 – guaraciabajr@gmail.com

Vilma Lima – (11) 6137-5764 – vilma.lima@unicsul.br

Nordhal Christiam Neptune – (19) 3124-1515 – mcneptun@unimep.br

Clarissa Braga – (71) 3237-6689 – clarissa.braga@unifacs.br

Afiliados

ESPM – Escola Superior de Propaganda e Marketing – SP
FADOM – Faculdades Integradas do Oeste de Minas – MG
FEEVALE – Centro Universitário Feevale – RS
FEMA – Instituto Municipal de Ensino Superior de
Assis – SP
FUMEC – Fundação Mineira de Educação e Cultura – MG
FURB – Fundação Universidade Regional de
Blumenau – SC
MACKENZIE – Universidade Presbiteriana Mackenzie – SP
PUC-CAMPINAS – Pontifícia Universidade Católica de
Campinas – SP

Minas Gerais - MG PUC-RS – Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul - RS PUC-SP - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo - SP UNAERP - Universidade de Ribeirão Preto - SP UNAMA – Universidade da Amazônia – PA UNI-BH – Centro Universitário de Belo Horizonte – MG UNICAMP - Universidade Estadual de Campinas - SP UNICRUZ - Universidade de Cruz Alta - RS UNICSUL - Universidade Cruzeiro do Sul - SP UNIDERP – Universidade para o Desenvolvimento da Região do Pantanal – MS UNIFACS - Universidade Salvador - BA UNIMEP – Universidade Metodista de Piracicaba – SP UNIS - Fundação de Ensino e Pesquisa do Sul de Minas - MG UNISA - Universidade de Santo Amaro - SP UNISINOS - Universidade do Vale do Rio dos Sinos - RS UNISUL – Universidade do Sul de Santa Catarina – SC UCSAL - Universidade Católica do Salvador - BA UCDB – Universidade Católica Dom Bosco – MS UNIFOR - Universidade de Fortaleza - CE UESB - Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia - BA UFPB – Universidade Federal da Paraíba – PB UFSC - Universidade Federal de Santa Catarina - SC UNIFESP - Universidade Federal de São Paulo - SP UFAM – Universidade Federal do Amazonas – AM UFF - Universidade Federal Fluminense - RJ USC – Universidade do Sagrado Coração – SP UNISANTA – Universidade Santa Cecília – SP UNFB - Universidade Estadual da Bahia - BA UNIVALI – Universidade do Vale do Itajaí – SC

UNIVAP – Universidade do Vale do Paraíba – SP UCS – Universidade de Caxias do Sul – RS

UPF – Universidade de Passo Fundo – RS

III - EIXOS TEMÁTICOS

01. Missão e finalidade

No conceito adotado pela ABTU, a televisão universitária é aquela produzida no âmbito das IES ou por sua orientação, em qualquer sistema técnico ou em qualquer canal de difusão (VHF, UHF, cabo, satélite, internet, circuito interno, em grade de programação de outras emissoras, educativas ou comerciais), independentemente da natureza de sua propriedade. Uma televisão feita com a participação de estudantes, professores e funcionários; com programação eclética e diversificada, sem restrições ao entretenimento, e que corresponda e respeite o Código de Ética da entidade (anexo II).

A televisão universitária deve refletir em sua programação o apoio à educação, ao incremento cultural nacional e regional, à democratização da informação e do conhecimento, a extensão comunitária e a pesquisa experimental e acadêmica. Servir, assim como os demais núcleos acadêmicos, à experimentação sem o amadorismo, a proposta de linguagens e/ou o uso dos formatos tradicionais em prol do desenvolvimento da sociedade, da cidadania, da melhoria da qualidade de vida, colocando a experiência, os personagens acadêmicos e a visão da universidade como uma alternativa de programação televisiva para o telespectador brasileiro.

Limitações e problemas

Apesar do crescimento do segmento, as televisões universitárias brasileiras enfrentam grandes problemas. Muitas delas ainda dividem espaço com os laboratórios dos Departamentos de Comunicação das instituições, não têm equipamentos nem equipes suficientes para produzir em grande volume, e essa produção, na grande maioria das vezes, acaba repetindo os conteúdos das TVs comerciais.

Há uma grande dificuldade de posicionamento e definição de estratégias de programação, pois as TVs universitárias não conhecem seu público-alvo. Existem poucas pesquisas de aferição de audiência e, assim sendo, as emissoras não sabem para quem falam, se para o público em geral ou se apenas para a própria comunidade acadêmica.

Sendo o reino da palavra, por excelência, o território privilegiado dos discursos, a universidade sente-se mais à vontade — e talvez cumpra melhor a sua finalidade — quando se utiliza de debates, entrevistas e palestras para comunicar-se pela TV. Mas deve-se considerar, também, e de forma muito objetiva, que esses são os formatos de produção mais simples e baratos que a televisão oferece. Uma entrevista custa uma ínfima fração de um teleteatro, por exemplo. E não carece de profissionais especializados. Para emissoras de caixa sempre baixo e ainda imaturas tecnicamente, há, portanto, gêneros de programação ainda inacessíveis. Ao menos, numa escala de produção mais industrial.

Devido aos problemas já citados, as televisões universitárias não conseguem ocupar todos os horários disponíveis com suas produções, o que gera uma grade de programação com um grande número de reprises, desestimulante para o telespectador. Em outubro de 2006, a média de produção própria inédita semanal dos afiliados da ABTU era de 6 horas, dentro de uma grade de, em média, 16h45min de programação semanal.

A Rede de Intercâmbio de Televisão Universitária (RITU), que já está sendo desenvolvida em parceria com a Rede Nacional de Ensino e Pesquisa (RNP), organismo vinculado aos ministérios da Educação e da Ciência e Tecnologia — foi pensada para auxiliar na resolução dessa questão. A RITU tem como objetivo criar, fomentar e estimular ações que visem atender à demanda por programas de televisão

entre as televisões universitárias (associadas ou não à ABTU), voltados para a educação e a promoção da responsabilidade social.

Outras questões extremamente agudas estão presentes na legislação pertinente ao segmento, em especial no que determina a manutenção e o financiamento, e o marco regulatório. Ambas serão mais bem desenvolvidas nos itens 3 e 7.

Recomendações para as Autoridades Educativas Nacionais e Universitárias

Desde 1997, o segmento de televisão universitária reúne-se periodicamente no Fórum Brasileiro de Televisão Universitária e no Seminário de Programação de Televisão Universitária. Em 2007, acontecerá o X Fórum e o V Seminário.

Com base nas discussões ocorridas nesses eventos, foram redigidos documentos com recomendações das TVs universitárias ao governo brasileiro. São eles:

- Carta de Ouro Preto resultado do II Fórum Brasileiro de Televisão Universitária.
- **Carta de Florianópolis** resultado do VII Fórum Brasileiro de Televisão Universitária.
- Televisão Universitária no reordenamento das comunicações no Brasil documento, redigido pela diretoria da ABTU, que apresentou à equipe de planejamento de governo do presidente Luiz Inácio Lula da Silva a sua perspectiva sobre o sistema de comunicações do país e algumas propostas específicas para a consolidação e a expansão do seu segmento.

Carta de Ouro Preto

Documento final do I Seminário Nacional de TVs Educativas e Universitárias, realizado concomitantemente com o II Fórum Brasileiro de Televisão Universitária, em abril de 1998, na cidade de Ouro Preto, Minas Gerais. Enviado ao Ministério das Comunicações, como subsídio para a elaboração da nova Lei da Comunicação Eletrônica de Massa.

Reunidos na cidade de Ouro Preto, nos dias 23 e 24 de abril de 1998, representantes das televisões educativas, culturais e universitárias do país, que operam na radiodifusão e na cabodifusão, analisaram os principais problemas que afetam o seu segmento na produção audiovisual brasileira e apresentam os seguintes pontos, como contribuição aos debates da nova Lei de Comunicação Eletrônica de Massa:

- 1. A televisão educativa, cultural e universitária tem um caráter eminentemente público, sem finalidades comerciais ou lucrativas, visando à formação de cidadãos críticos e conscientes de sua participação na construção de uma sociedade mais justa e solidária. Sua programação está comprometida com a educação, a cultura e a informação, respeitando a pluralidade das manifestações culturais e estimulando a produção local e regional.
- 2. A concessão ou a disponibilização de novos canais de televisão educativa, cultural e universitária deverão ser outorgadas ou autorizadas exclusivamente a instituições sem fins lucrativos e com objetivos voltados para a educação, a cultura e a informação, com atividades devidamente atestadas por projetos de reconhecida adequação a esses princípios e desenvolvidos há, no mínimo, dois anos.
- 3. Por sua responsabilidade de prestar serviços públicos de educação, de valorização da cultura e da informação, em promoção da cidadania, e por apresentarem uma programação alternativa à da televisão comercial, as emissoras educativas, culturais e universitárias devem ser financiadas por verbas públicas federais, estaduais e municipais, pela contribuição espontânea e direta dos telespectadores, pela venda de produtos, subprodutos e serviços de televisão, e pela iniciativa pública

e privada, através de apoio cultural, publicidade institucional, patrocínio para seus programas e eventos, e prestação de serviços. Nenhuma dessas modalidades de financiamento privado poderá caracterizar propaganda comercial.

- 4. As atividades das emissoras educativas, culturais e universitárias obedecerão ao princípio de auto-regulamentação, através de um conselho de âmbito nacional, formado por representantes do segmento, podendo ter esse conselho, igualmente, representantes da sociedade.
- 5. Recomenda-se também, sem prejuízo das atividades do Conselho Nacional de Auto-Regulamentação das Emissoras Educativas, Culturais e Universitárias, que a programação dessas emissoras seja orientada por conselhos consultivos de programação, formados por entidades representativas da sociedade.
- 6. Recomenda-se ainda que o Conselho de Comunicação Social, previsto no artigo 224 da Constituição Federal, seja regulamentado e implementado o mais breve possível, no interesse da transparência e da democratização de todas as atividades de comunicação realizadas no país.
- 7. As emissoras educativas, culturais e universitárias reivindicam que sejam ouvidas e consideradas em todas as decisões da Agência Nacional de Telecomunicações que afetem ou regulamentem suas atividades.
- 8. As emissoras do segmento também reivindicam a participação no processo de identificação, adequação, teste e aplicação de novas tecnologias de telecomunicações.
- 9. As emissoras do segmento reivindicam ainda que sejam disponibilizados canais educativos, culturais e universitários em todas as tecnologias audiovisuais eletrônicas existentes e nas que sejam eventualmente criadas.

10. As emissoras do segmento, no campo da radiodifusão, reivindicam que as retransmissoras possam estender os sinais que operam para os municípios vizinhos de sua área de concessão, quando estes não forem atendidos por serviço de televisão educativa, cultural ou universitária.

11. As emissoras do segmento, no campo da cabodifusão, reivindicam que canais universitários sejam disponibilizados obrigatoriamente em todo e qualquer município servido por televisão a cabo, independentemente de haver em sua área geográfica universidade, centro universitário ou instituição de ensino superior. Na inexistência dessas instituições, o canal universitário transmitirá programação de estação semelhante, de qualquer procedência, desde que nacional, a critério da comunidade que será servida por ele, expressa por decisão do Legislativo municipal.

Ouro Preto, 24 de abril de 1998.

Carta de Florianópolis

Documento final do VII Fórum Brasileiro de Televisão Universitária, em outubro de 2003, na cidade de Florianópolis, Santa Catarina.

Os participantes do VII Fórum Brasileiro das TVs Universitárias, promovido pela Associação Brasileira de Televisão Universitária (ABTU), reunidos na cidade de Florianópolis, capital de Santa Catarina, entre os dias 7 e 10 de outubro de 2003, tendo em vista os princípios éticos, de compromisso com a educação e promoção da cidadania que devem nortear a comunicação social, em especial a mídia televisiva, decidem tornar público que:

1. Em mais de cinco anos de experiência de produção e veiculação da programação televisiva das Instituições de Ensino Superior, a avaliação que os agentes envolvidos fazem é de que há um inegável processo de consolidação

do projeto TV Universitária, o que já lhes permite apontar características de sua identidade e definir estratégias e metas.

2. É importante reafirmar a relevância das TVs universitárias, pela função e pelo papel social que cabem às Instituições de Ensino Superior no país, no que se refere à produção e disseminação do conhecimento, da cultura e do desenvolvimento, atuando como importante meio de inclusão social.

3. Considerando-se:

- a) que no Brasil cerca de 70% da produção de conhecimento pesquisa e desenvolvimento provêm das Instituições de Ensino Superior – constituindo-se em bem público com potencial de transformação social;
- b) que a televisão está presente em cerca de 90% dos lares brasileiros, sendo a principal fonte de informação da população;
- c) que o Brasil discute neste momento a adoção de um modelo de transmissão digital de radiodifusão que exigirá uma revisão do sistema de distribuição de canais e dos serviços oferecidos à sociedade;
- d) que o atual governo federal já manifestou seu compromisso de promover a inclusão social, também, através da inclusão digital que a tecnologia de TV digital poderá propiciar, priorizando a interatividade;
- e) que a TV aberta, no Brasil, é de acesso gratuito para a população e, portanto, socialmente inclusiva, as TVs Universitárias enfatizam sua vocação e missão para a integração da pesquisa, ensino e extensão na promoção de suas atividades, apresentando-se, portanto, como um ambiente privilegiado para a reflexão crítica aliada à produção de conteúdo inovador e experimental nesse novo cenário, com todas as suas implicações.
- 4. As TVs universitárias reafirmam seu compromisso com a produção de conteúdo voltado para a educação,

a promoção da cultura e do desenvolvimento regional, constituindo-se também num espaço para a pesquisa e experimentação de novas linguagens, formatos e narrativas, além de contribuir criticamente para a formação de um novo profissional de comunicação.

5. Os participantes renovam a defesa incondicional da unidade do segmento TV universitária, independentemente da natureza das instituições que dele participam, entendendo que são os princípios e objetivos reafirmados nesta carta que as reúne.

6. Entendem, ainda, que a consolidação do projeto TV Universitária e a natureza da missão e responsabilidade social credenciam as TVs universitárias a participarem diretamente dos debates, da pesquisa e do desenvolvimento do modelo brasileiro de TV Digital (TVD) em todos os seus aspectos, defendendo, a priori, que o segmento seja contemplado na política de outorga de canais neste novo espectro de radiodifusão.

Tendo em vista o exposto, os participantes deste Fórum deliberam que a Associação Brasileira de Televisão Universitária (ABTU) deverá elaborar uma Carta de Princípios que oriente a atuação das TVs universitárias brasileiras para uma ação estratégica integrada.

Florianópolis, 10 de outubro de 2003.

Televisão Universitária no Reordenamento das Comunicações no Brasil

A Associação Brasileira de Televisão Universitária (ABTU), entidade criada em outubro de 2000 e que representa hoje 17 instituições de ensino superior brasileiras que desenvolvem atividades regulares de produção, programação e transmissão de televisão, vem apresentar à equipe de planejamento de governo do Presidente Luiz Inácio Lula da

Silva a sua perspectiva sobre o sistema de comunicações do país, e algumas propostas específicas para a consolidação e a expansão do seu segmento.

A ABTU entende que o Estado, ao longo da história das comunicações brasileiras, particularmente a dos meios eletrônicos de difusão, tem privilegiado sistematicamente o ordenamento dos aspectos técnicos e econômicos desse setor de atividades, em detrimento das questões relativas aos conteúdos oferecidos ao público. Expressão nítida dessa postura é o arcabouço legal existente, em qualquer dos códigos, leis, decretos-leis, regulamentos, normas e resoluções conhecidos, nos quais os artigos referentes ao conteúdo dos meios de comunicação representam sempre uma ínfima – e insuficiente – parte do todo. Evidência clara é também a própria estrutura institucional do setor, encabeçada pelo Ministério das Comunicações e a Agência Nacional de Telecomunicações, ambos os organismos incapacitados, até pela composição profissional de seus quadros, para um papel mais ativo na propositura, no debate e no disciplinamento dos aspectos conteudísticos da comunicação.

Impõe-se, portanto, para o reordenamento da mídia no Brasil e o aprofundamento de seu relevante papel na formação educacional, cultural e cívica do povo brasileiro, o estabelecimento de uma efetiva política cultural para as comunicações, com diretrizes sólidas e claras, que norteie todas as medidas a serem tomadas pelo Estado na regulação das atividades de imprensa, rádio, televisão, cinema, publicidade, editoração, internet e quaisquer outras cujo conteúdo afete a informação e a formação da cidadania. Esta é, a nosso ver, a primeira das exigências para um amplo projeto de reforma das comunicações no Brasil, porque representará uma completa inversão na ótica pela qual o setor tem sido encarado pelo Estado e significará uma clara priorização dos interesses dos cidadãos, diante dos interesses de grupos econômicos privados e de estamentos do setor público.

Questões Gerais da Comunicação Audiovisual e Eletrônica

Além da referida ausência de uma Política Cultural para as Comunicações, há inúmeras outras questões envolvidas no disciplinamento das comunicações, em particular no campo da comunicação audiovisual e eletrônica, ao qual pertence o segmento da televisão universitária. O próprio debate dessa matéria constitui-se em problema, na medida em que envolve ainda um número muito pequeno de pessoas e instituições. Para a sua ampliação em bases democráticas, que considerem e estimulem a participação social na formulação de políticas públicas e no controle das atividades de comunicação, esse debate deve envolver toda a sociedade, em suas múltiplas instâncias e organismos.

Convém, para tanto, que o estudo dos meios de comunicação seja estimulado no país, com a introdução desse conteúdo nas grades curriculares das instituições de ensino, do nível fundamental ao superior. O Brasil precisa acostumar-se a pensar a mídia, analisá-la, discuti-la, e a formular políticas para o seu desenvolvimento, tal o impacto que ela tem sobre a vida social. A escola é o local onde os brasileiros podem adquirir esse hábito.

Para uma intervenção mais imediata no reordenamento da mídia audiovisual existente, entretanto, há cinco grandes linhas de problemas a enfrentar, entre outros tantos que podem ser levantados:

- 1. A desarticulação entre o cinema e a televisão, que seguem operando em mercados estanques, o que resulta na virtual ausência de filmes brasileiros na programação das emissoras de TV e na fragilidade industrial da cinematografia diante da pujança da radiodifusão.
- 2. A entrada do capital estrangeiro na TV aberta e o risco de desnacionalização da programação, com a substituição do

produto brasileiro pelo "enlatado" multinacional, a geração de programação a partir de emissora sediada fora do território nacional, ou a interferência na produção brasileira para a defesa de valores e interesses antinacionais.

- 3. A concentração dos meios de comunicação nas mãos de poucos grupos familiares/empresariais, o que lhes atribui uma influência desproporcional no jogo político-econômico e mantém totalmente à margem, sem chance de acesso ao rádio e à TV, uma ampla gama de setores sociais.
- 4. O desequilíbrio regional na geração e na distribuição do produto cultural televisivo, com o monopólio do Sudeste sobre as demais regiões e a decorrente imposição de valores, costumes, sotaques e comportamentos dos dois centros mais avançados (São Paulo e Rio de Janeiro) ao conjunto do país.
- 5. O desequilíbrio entre o setor privado e o setor público na geração e distribuição do produto cultural televisivo, com o primeiro cada vez mais forte e o segundo sempre à míngua, o que implica no predomínio de valores ligados à idéia de mercado, competição, eficiência, etc., em detrimento de valores não-mercadológicos, como cidadania, solidariedade social, convivência democrática, etc.

Para enfrentar esses problemas, um programa de ação deve considerar, entre outras, as seguintes idéias:

- > Incentivo à articulação e à co-produção entre empresas de televisão e empresas cinematográficas, de forma a integrar todo o espaço audiovisual brasileiro, fazendo-o dominante no mercado interno e competitivo nos mercados externos.
- > Estabelecimento de limites claros à ação do capital estrangeiro, garantindo o controle das empresas de comunicação a pessoas ou grupos nacionais, e proibindo a hipótese de que essas empresas tenham a sua programação gerada no exterior.

- > Estabelecimento de medidas protecionistas ao produto audiovisual brasileiro, com a taxação do produto importado e o incentivo fiscal às empresas que destinem mais tempo ao produto nacional.
- > Estabelecimento de restrições legais à posse acumulada de meios de comunicação de natureza diversa (rádio, TV, mídia impressa, telefonia, provimento de internet, etc.).
- > Ampliação das cotas de canais destinadas à radiodifusão pública, com a facilitação do acesso de instituições sociais às novas outorgas.
- > Facilitação do acesso da população à TV paga, com a imposição às operadoras da obrigatoriedade de oferta de pacotes de assinaturas a preços populares, bem como de assinaturas gratuitas a escolas públicas, bibliotecas e instituições similares.
- > Imposição de percentuais mínimos obrigatórios de produção própria, local e regional a toda e qualquer emissora instalada no país, rompendo com o esquema atual de "afiliação" às grandes redes, que praticamente desobriga as emissoras a manter programação gerada por elas mesmas ou no seu entorno.
- > Estímulo à produção regional, seja das próprias emissoras ou de produtoras independentes, por meio de mecanismos fiscais ou de investimento direto do Estado.
- > Criação ou facilitação de mecanismos que permitam a captação de recursos para a televisão pública (flexibilização das restrições à publicidade comercial, fundos de financiamento de TV educativo-cultural, investimento direto do Estado, incentivo às inversões privadas na programação educativo-cultural).
- > Concessão de freqüências de televisão aberta, bem como a alocação de *transponders* nos satélites de difusão direta

de TV, para os canais de interesse público, ou de utilização gratuita, hoje existentes exclusivamente na TV a cabo.

Questões específicas da Televisão Educativa e Universitária

A ABTU entende que a televisão educativa e universitária tem um caráter eminentemente público, sem finalidades comerciais ou lucrativas, visando à formação de cidadãos críticos e conscientes de sua participação na construção de uma sociedade mais justa e solidária.

Sua programação está comprometida com a educação, a cultura e a informação, respeitando a pluralidade das manifestações culturais e estimulando a produção local e regional.

Nessa perspectiva, propõe que o governo Lula considere os seguintes pontos, nas suas ações para a reforma da mídia e para a criação de um novo modelo de comunicações, avançado e democrático, no interesse da maioria do nosso povo:

- 1. Novos canais de televisão educativa, na TV aberta, deverão ser outorgados ou autorizados exclusivamente a instituições educacionais, com atividades devidamente atestadas e desenvolvidas há, no mínimo, dois anos.
- 2. Por sua responsabilidade de prestar serviços públicos de educação, de valorização da cultura e da informação, em promoção da cidadania, e por apresentarem uma programação alternativa à da televisão comercial, as emissoras educativas e universitárias devem ser financiadas por verbas públicas federais, estaduais e municipais; pela contribuição espontânea e direta dos telespectadores; pela venda de produtos, subprodutos e serviços de televisão; e pela iniciativa pública e privada, através de apoio cultural, publicidade institucional, patrocínio para seus programas e eventos e prestação de serviços.

- 3. As emissoras educativas e universitárias devem ser ouvidas e consideradas em todas as decisões da Agência Nacional de Telecomunicações e do Ministério das Comunicações que afetem ou regulamentem suas atividades.
- 4. O Estado deve garantir às emissoras educativas e universitárias a participação ampla no processo de identificação, adequação, teste e aplicação de novas tecnologias de telecomunicações, em especial a TV digital, ora em debate.
- 5. Os canais educativos e universitários devem ser disponibilizados pelo Estado em todas as tecnologias audiovisuais eletrônicas existentes no país, e nas que sejam eventualmente criadas.
- 6. A ABTU apóia integralmente o Projeto de Lei PLC 108/2001, de autoria do Deputado Aldo Rebelo, que altera o artigo 23 da Lei nº 8.977/95 e estende a todas as Instituições de Ensino Superior (IES) o benefício da utilização dos canais universitários, hoje garantidos apenas às universidades, assim definidas nos termos da Lei de Diretrizes e Bases da educação.
- 7. A ABTU defende que o mesmo artigo, da mesma lei, seja reformulado, de forma que os canais universitários na cabodifusão sejam disponibilizados obrigatoriamente em todo e qualquer município servido por televisão a cabo, independentemente de haver em sua área geográfica universidade, centro universitário ou Instituição de Ensino Superior. Na inexistência dessas instituições, o canal universitário deverá transmitir programação de estação semelhante, de qualquer procedência, desde que nacional, a critério da comunidade que será servida por ele, expressa por decisão do Legislativo Municipal.
- 8. A ABTU manifesta a sua preocupação com o Projeto-de-Lei nº 175/01, de autoria do senador Ney Suassuna, já aprovado na Comissão de Educação do Senado Federal, que prevê a abertura total do capital societário das empresas de TV a cabo aos investidores estrangeiros, modifican-

do a Lei do Cabo (nº 8.977, de 6/1/1995), que estabelecia este limite em 49%. Teme que a desnacionalização das operadoras de TV a cabo venha a resultar em pressões dos controladores estrangeiros contra os chamados "canais básicos de utilização gratuita", entre eles os canais universitários. E reivindica que o governo Lula assegure a preservação desses canais de interesse público, nas condições atuais de gratuidade, quaisquer que sejam as circunstâncias de mercado que afetem a cabodifusão.

9. A ABTU reivindica que o Ministério da Educação, ou o ministério ao qual ficar subordinado o Ensino Superior, em eventual reforma da estrutura do governo federal sob a gestão do Presidente Lula, incentive e financie a instalação de núcleos de televisão nas universidades federais, de modo a incrementar a presença, hoje ainda modesta, desse importante segmento da universidade brasileira no campo da televisão universitária.

10. AABTU defende a aprovação do Projeto de Lei nº 256/91, da deputada Jandira Feghali (PC do B - RJ), que determina que as emissoras de televisão aberta e as rádios dediquem à produção local 30% da programação apresentada entre 7h e 23h, ressalvando a necessidade de estabelecer o gradualismo na consecução desse objetivo, de modo a não inviabilizar financeira e operacionalmente as emissoras de televisão. Entende que a medida, se aprovada, criará um amplo mercado no país para a produção independente de vídeo e que os núcleos de televisão das Instituições de Ensino Superior podem constituir-se em fornecedores de programação de qualidade às emissoras de suas regiões.

São Paulo, 3 de novembro de 2002.

02. Configuração Jurídica e Institucional

As associadas da ABTU são, pelo estatuto, "Instituições de Ensino Superior (IES) que tenham comprovadas atividades de produção de televisão universitária, e que estejam devidamente autorizadas a funcionar no país". Ou seja, quem se associa não são os canais e emissoras universitárias, mas as suas mantenedoras.

Nesse sentido, há apenas duas categorias de configuração jurídica: as IES em si (universidades, centros universitários, faculdades e institutos) ou as suas fundações mantenedoras (públicas, privadas, filantrópicas ou não).

Portanto, as emissoras universitárias estão presentes em todos os três setores: há as emissoras mantidas com recursos públicos, ligadas às universidades federais e estaduais, assim como IES privadas e/ou mantidas por fundações filantrópicas.

Internamente, a grande maioria das emissoras universitárias, cerca de 90%, é ligada diretamente ao corpo diretivo das IES, seja pelas reitorias, seja pelas pró-reitorias, ou mesmo à presidência das fundações mantenedoras. Mantém laços com cursos afins, como de comunicação social, algumas mais, outras menos, mas sua hierarquia não está, diretamente, associada à academia. Somente cerca de 10% das TVs universitárias estão ligadas diretamente aos cursos de comunicação social das próprias instituições.

03. Legislação e Marcos Regulatórios

Por ter vários campos de transmissão, a TV universitária está sob diversos arcabouços legais.

Quanto às emissoras abertas, a legislação é a mesma das emissoras convencionais, a Lei nº 4.117, de 27 de agosto de 1962, complementada pelo Decreto-Lei nº 236, de 28 de fevereiro de 1967. O regulamento de transmissão e retransmissão foi sendo alterado ao longo do tempo e, atualmente, o que está válido é o Decreto nº 5.371, de 17 de fevereiro de 2005.

A Lei Federal nº 8.977, de 6 de janeiro de 1995, a Lei do Cabo, rege as emissoras universitárias no cabo, dentro do artigo 23, que prevê o canal universitário como "básico de utilização gratuita". O Decreto-Lei nº 2.206, de 14 de abril de 1997 regulamenta a lei e foi seguido de várias outras normas.

Parte significativa dos problemas da legislação refere-se à manutenção das emissoras, que será tratado no item 7.

Mas há outras questões importantes. A começar pela legislação que regulamenta os canais básicos de utilização gratuita na TV a cabo brasileira, que dá o direito de ocupação do Canal Universitário apenas às universidades, deixando de fora os Centros de Pesquisa, as Faculdades e os Centros Universitários. Essa restrição vem implicando, em algumas cidades brasileiras, o veto a instituições conceituadas, que poderiam oferecer uma importante contribuição ao desenvolvimento da televisão universitária e bons programas ao público.

Além disso, a legislação deixa muito "à vontade" as operadoras que não são obrigadas a nenhum tipo de responsabilidade quanto à qualidade técnica do canal, à sua recepção e transmissão e fazem dos canais universitários uma espécie de "calhau" de sua grade, modificando a presença no dial sem comunicação e autorização, sem nenhum apoio técnico às universidades e com constante desprezo às IES. Tal ausência de regulamentação mais específica obrigou a ABTU a acionar, por diversas vezes, a ANATEL contra os abusos das operadoras e, recentemente, até mesmo ao Ministério Público Federal.

Quanto à transmissão em sinal aberto, a arcaica legislação de outorgas é herdeira do período militar, com mais de 40 anos, e não atende a evolução tecnológica e menos ainda o anseio por uma televisão educativa que vá além da "divulgação de programas educacionais, mediante a transmissão de aulas, conferências, palestras e deba-

tes" (artigo 13, Decreto-Lei nº 236). Da mesma forma, vetar "a transmissão de qualquer propaganda, direta ou indiretamente, bem como o patrocínio dos programas transmitidos, mesmo que nenhuma propaganda seja feita através dos mesmos" (parágrafo único, artigo 13, Decreto-Lei nº 236) é estar fora de sintonia de uma realidade na qual, cada vez mais, o Estado se retira da manutenção de projetos de comunicação e organização social, delegando à sociedade esse papel, o que já se pratica à margem da lei pelas próprias emissoras estatais.

Ainda assim, a legislação tem o paradoxo de priorizar as universidades ao mesmo tempo que os órgãos governamentais concedem as poucas freqüências às entidades religiosas e fundações nem sempre filantrópicas, mas ligadas a políticos partidários. Conforme o artigo 14 do Decreto-Lei nº 236, de 28 de fevereiro de 1967, as universidades só perdem preferência para o executivo, pois "somente poderão executar serviços de televisão educativa a) a União; b) os estados, territórios e municípios; c) as universidades brasileiras; d) as fundações constituídas no Brasil (...)".

Além disso, a distribuição de concessões e licenças, além de uma fiscalização ineficaz do uso apropriado dessas concessões, não encontra na legislação respaldo suficiente para tirá-las dos interesses particulares, da barganha e do uso particular da programação para interesse comercial e/ou político-partidário.

Mas o grande anseio do segmento é mesmo a regulamentação do artigo 221 da Constituição brasileira, um exemplo de democratização e respeito cultural que, uma vez aplicado no seu principal teor, certamente resolveria uma série de questões a que nos referimos aqui.

"A produção e a programação das emissoras de rádio e televisão atenderão aos seguintes princípios:

I – preferência e finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas;

II — promoção da cultura nacional e regional e estímulo à produção independente que objetive sua divulgação;
III — regionalização da produção cultural, artística e jornalística, conforme percentuais estabelecidos em lei;
IV — respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família."

04. Programação e Modelos de Negócio

As TVs universitárias, individualmente, produzem uma média de seis horas inéditas semanais, mas dentro de um espectro que vai desde apenas uma hora até 21 horas/semana. A transmissão é determinante, pois as emissoras abertas têm uma média bem acima (13h20min) contra as emissoras a cabo (2h50min). Assim, só com relação às emissoras ligadas à ABTU, estima-se que as televisões universitárias produzam cerca de 240 horas/semana no país de programas inéditos.

Quanto à produção, o segmento se mostra independente. A grande maioria, cerca de 70%, tem como única produção o que sai de suas ilhas e estúdios. Mas, mesmo os 30% restantes, que contam com algum tipo de parceria (co-produção, intercâmbio de vídeos, veiculação de mostras culturais), são em parcela pequena de sua grade, mantendo a hegemonia da produção própria. E boa parte das parcerias é com outras IES, com intercâmbio de programas.

As grades das emissoras universitárias refletem uma diversidade de tipos de programas. Como dito anteriormente, os programas de entrevistas e de debates são maioria pela facilidade e baixo custo de produção, mas, principalmente, pelo acesso aos profissionais e acadêmicos. São tais personagens que conseguem dissertar sobre os assuntos temáticos — variando as fontes "clássicas" —, unindo a disponibilidade de tempo e

a necessidade de aprofundamento, algo impossível para os tradicionais formatos das emissoras comerciais.

Os programas realizados por estudantes têm preferência nas grades universitárias, sob supervisão acadêmica, voltados para um amplo rol de interesses: cultura, esporte, educação, saúde, meio ambiente, juventude, cinema e produção independente, cidadania, projetos sociais. Tais programas, sem interesse comercial, partem de uma preocupação social e acadêmica, geralmente na busca do preenchimento de uma demanda não cumprida pelas emissoras tradicionais, pelo ponto de vista de seus produtores. Uma boa parte tem preocupação social, como o esclarecimento de questões sobre saúde, direitos sociais, prevenção, apoio à educação, disseminação da cultura regional e do conhecimento, apoio a projetos sociais e educacionais. Dentro dessa categoria, uma série de programas são realizados com parceiros sociais, como associações comunitárias, ONGs e mesmo instituições públicas, como secretarias de educação e saúde.

Mas há também uma significativa parcela voltada para o simples entretenimento e a experimentação de formatos, programas que falam de música, cinema, mostram curtas e produções independentes.

O telejornalismo também está presente, principalmente, mas não unicamente, nas emissoras abertas. Cerca de 18% das TVs universitárias já se aventuram no telejornalismo diário, enfrentando os altos custos de sua produção e a concorrência das emissoras tradicionais. Exatamente por isso, aliado aos próprios objetivos culturais e educativos das IES, o telejornalismo universitário busca um formato de reportagens diferenciado, privilegiando a informação que esclareça com mais profundidade e oriente os seus telespectadores na formação de uma massa crítica.

As produções acadêmicas, voltadas para os currículos escolares, há tempos deixaram de ser preponderantes nas

grades de programação das emissoras universitárias. Ainda presentes, representam apenas uma pequena parcela, geralmente encaixada em outros programas de linha.

Os acervos próprios são bastante variáveis, dependendo do tempo de funcionamento das emissoras. No entanto, é quase unanimidade a sua pouca profissionalização. Os acervos, em sua grande maioria, não são indexados, geralmente guardados em locais que facilitam sua degradação e em mídias diversas (algumas delas já sem aparelhos de reprodução disponíveis com facilidade, como o U-Matic), dependendo da memória de funcionários para serem localizados e precisando urgentemente de digitalização.

Outra dificuldade é manter a unidade dentro de um canal compartilhado por Instituições de Ensino Superior com filosofias e objetivos diferentes, produções audiovisuais diversas e que são concorrentes no mercado.

05. Tecnologia e infra-estrutura

Sistemas operacionais (aberto, cabo e outros)

As emissoras universitárias funcionam, basicamente, nos cinco sistemas operacionais: aberto (VHF e UHF), a cabo, internet, circuito fechado e satélite.

Das afiliadas da ABTU, 27% estão em sinal aberto, em conjunto com o cabo quando há o serviço na localidade. Mesmo as emissoras que somente transmitem por cabo, cerca de 20% têm, pelo menos, um programa em alguma emissora aberta, seja ela educativa ou comercial.

Também cerca de 20% já têm ou estão avançando para terem sua TV na internet, tanto na disponibilidade de sua programação via página institucional ou mesmo em tempo real. Com o aperfeiçoamento técnico e profissional, esse

campo tem avançado rapidamente e diversas IES já estudam levar suas emissoras para a rede.

Cerca de 10% também transmitem via circuito fechado, para dentro de seus *campi*. Duas afiliadas já contam com transmissão em satélite, uma em funcionamento e outra em implantação. Outras IES também têm acesso a satélites, mas não voltados para as suas emissoras. São privilegiados os projetos de educação a distância.

Modalidades de transmissão

90% ainda transmitem em sistema analógico, contra os 10% que já transmitem também em digital, em conjunto com o sistema predominante ou ainda em fase de experimentação.

Perfil de alcance do sinal das TVs das instituições associadas

Em pesquisa realizada com 44 IES em 2004, entre afiliados e não afiliados, o público atingido pela programação de uma TV universitária, seja ela via antena ou por assinatura de TVs a cabo, superava os 12 milhões de telespectadores. No entanto, a TV Univap e a TV PUC Campinas produziam e produzem programas para emissoras de alcance nacional, como a Rede Vida e a TV Século XXI, ampliando os telespectadores potenciais para 110 milhões de pessoas.

Uma demonstração do crescimento das emissoras universitárias: somente em uma rápida pesquisa realizada para este estudo, com apenas 22 afiliadas da ABTU, o público exposto à programação universitária já atinge os mesmos 12 milhões de pessoas, menos de dois anos depois do primeiro estudo (também sem contar com a parceria da TV Univap com a Rede Vida, ainda em vigor).

Como uma boa parte desses números refere-se às transmissões abertas, o perfil do público potencial é abrangente, ao contrário dos telespectadores das emissoras a cabo, preferencialmente da classe AB, conforme dados da Associação Brasileira de Televisão por Assinatura (ABTA).

No entanto, as emissoras não têm o costume de fazer pesquisa de audiência com regularidade, prejudicando o diagnóstico mais preciso de sua audiência.

Capacidade de geração (analógico, digital)

Um número limitado de IES, menos de cinco, fazem testes de geração de sinal digital. A maioria relata que está no aguardo das definições governamentais.

Parque técnico das TVs das instituições associadas

	Ilhas de Edição	Estúdio	Câmeras	Funcionários*	Veículos próprios**	Unidades móveis
Total estimado	170	50	260	675	35	8
Média por emissora	4	1	6	15	1	0,2

*a) Sem contar com estagiários remunerados e estudantes voluntários; b) A TV UCS tem 75 funcionários e foi tirada do cálculo por ser uma exceção, já que a segunda emissora com maior contingente tinha 38 funcionários; c) A maioria das IES não conta como funcionários das emissoras os empregados disponíveis para trabalhos de serviço geral (faxina, portaria, vigia) e administrativos (RH, contabilidade), por estarem dentro da estrutura da instituição, embora sejam fundamentais para o funcionamento da TV.

** Cerca de metade das emissoras não contam com veículos próprios, por utilizarem a estrutura central de transporte de suas instituições.

Como se pode ver, uma emissora padrão universitária funciona apenas com quatro ilhas (incluída a de controle do estúdio), um estúdio para todos os seus programas, seis câmeras (entre externas e de estúdio), 15 funcionários e apenas um carro. Como se trata de uma média, há emissoras que trabalham com muito menos que isso.

Nesse sentido, a TV universitária demonstra sua dificuldade em manter espaço, inclusive nas universidades públicas. Falta pessoal, compra e manutenção de equipamentos. O acúmulo de funções e de horas extras é freqüente. O sistema de RH é deficiente, pois incompatível com os planos de cargos inflexíveis das instituições mantenedoras. Alguns funcionários nem sequer têm o registro adequado em carteira, com irregularidades de funções, confundindo-se entre profissionais da educação, radialistas, jornalistas, ou desempenhando as mesmas funções, mas com salários diferentes. Faltam recursos para a digitalização do acervo e uma grande pressão institucional pela auto-sustentação, mas sem o suporte comercial e institucional adequado.

06. Migração Digital

A grande maioria das emissoras universitárias nem sequer entrou em discussão interna sobre a migração digital, incluindo as abertas. Conforme o depoimento das afiliadas, o momento é de aguardar as definições mais concretas sobre a migração.

No entanto, uma parcela das IES, algo em torno de 30%, já iniciou algum tipo de estudo e pelo menos a metade desse contingente quer aproveitar a experiência da IPTV como ponto de partida para o uso da tecnologia da TV digital.

Assim, as IES mais avançadas são as que já utilizam a internet como meio de propagação de sua programação e, em especial, a TV PUC Campinas que estruturou o Laboratório de TV Digital, voltado para a produção de conteúdos e de estudos do tema, assim como as instituições que participaram efetivamente do processo de discussão do SBTVD, como UFPB, Unisinos, e Mackenzie.

07. Financiamento

A produção de televisão e a operação de um canal de transmissão são atividades de alto custo, se comparadas aos padrões de dispêndio normais das IES. Atualmente, não há escapatória: quem financia a televisão universitária são as próprias IES. Na quase totalidade dos projetos em curso, as contas são pagas com recursos de caixa, vale dizer, com as dotações orçamentárias (no caso das instituições públicas) ou com as mensalidades pagas pelos estudantes (no caso das privadas). Das afiliadas da ABTU, por exemplo, mais de 70% são exclusivamente financiadas pela própria instituição mantenedora. Mas, mesmo as que contam com recursos externos (patrocínios, co-produção, financiamento de fundos), raramente passam do 10%. Apenas duas afiliadas da ABTU declararam ter mais de 40% de financiamento externo, outra tem 30% e outra com 20%.

No caso das emissoras educativas abertas, aliás, é apenas dessa fonte principal que a lei existente determina que venha o dinheiro, ao estabelecer que, para disputarem uma outorga, "as universidades (...) deverão, comprovadamente, possuir recursos próprios para o empreendimento" [Decreto-Lei nº 236, artigo 14, § 1º].

Já na legislação da TV a cabo, mais atual e menos draconiana com a televisão educativa, admite-se que as IES tenham algum tipo de patrocínio, embora ainda bastante restrito. A Norma 13, baixada pelo Ministério das Comunicações em 1996 e conhecida como Norma do Cabo, abre caminho para o financiamento externo dos canais universitários. Ela estabelece que "é vedada a publicidade comercial nos canais básicos de utilização gratuita (...), sendo permitida, no entanto, a menção ao patrocínio de programas". Ou seja: a televisão universitária pode ser patrocinada. Como não há nenhum outro instrumento legislando sobre quem, como ou quanto pode patrocinar, fica a critério das IES buscarem os parceiros que julgarem convenientes para auxiliá-las no esforço de prover ao público uma grade de programação de qualidade.

Esses parceiros têm vindo, ainda timidamente, do setor privado. Mas muito mais de um espírito de benemerência, ou de mecenato cultural, do que da perspectiva de investidoras em mídia, que buscam comunicação fácil e eficaz com o segmento universitário, empresas vêm incentivando programas produzidos por IES — muitas vezes, contra a orientação de suas próprias agências de propaganda.

A má vontade das agências e a "caridade" dos anunciantes, em vez de seus investimentos sérios e tecnicamente justificados, decorrem da baixa profissionalização da televisão universitária, que é fruto de sua imaturidade. Ela produz, em geral, uma programação fraca, que não encontra ressonância no público. A audiência, por sua vez, não é aferida, e as IES não organizam o seu esforço de captação de recursos. Dessa forma, nada há de concreto a oferecer ao mercado publicitário, limitando-se os esforços de venda ao argumento da segmentação precisa do canal universitário, e da vantagem de associar marcas comerciais a marcas educacionais de prestígio. As IES nem sabem o que cobrar como patrocínio, e que formato de produto dar em troca, pelo valor recebido. É assim que a iniciativa privada apenas "ajuda" a televisão universitária, em vez de investir nela, como poderia – e deveria.

Os mecanismos de financiamento público, por outro lado, não contemplam diretamente a Televisão Universitária. Verbas de agências financiadoras da ciência, como o Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), a Financiadora de estudos e Projetos (Finep) ou a Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (Fapesp), podem eventualmente viabilizar programas isolados ou séries de televisão, mas estes têm de estar necessariamente vinculados a um projeto de pesquisa, que é o objeto de fato do financiamento — não o produto audiovisual que dele resulte. Para programas regulares, de veiculação permanente, mesmo que dedicados à divulgação científica, as chances de obter essas verbas são remotas.

Quanto às verbas destinadas ao incentivo cultural, como aquelas previstas nas chamadas "Lei Rouanet" ou "Lei do Audiovisual", igualmente têm mecanismos inadequados à produção universitária e, de qualquer forma, limitadas que são, geralmente vão parar em mãos de produtores mais articulados, mais profissionalizados e politicamente mais hábeis.

Mas, apesar de todos os problemas, é um setor que movimenta cerca de R\$ 20 milhões, somente pelas afiliadas da ABTU. Há uma grande variação orçamentária, com emissoras com orçamentos de R\$ 30 mil a R\$ 1,5 milhão anuais. Mas a média é em torno de R\$ 500 mil/ano.

A ABTU calcula que todo o movimento anual do setor é cerca de R\$ 50 milhões anuais.

Como se pode comprovar, o custo é extremamente baixo se comparado com qualquer emissora comercial ou veículo e rede de alcance semelhante.

08. Relações Internacionais

A ABTU ainda tem acordos de cooperação ou relações institucionais com a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco), a Associação de Televisão Educativa Iberoamericana (Atei), a Virtual Educa, a Rede Nacional Audiovisual Universitária da Argentina (RNAU), a Rede de Televisão, Video e Novas Tecnologias das Instituições de Educação Superior do México, a Rede Cooperação Latino-Americana de Redes Avançadas (CLARA) e a Televisão América Latina (TAL). As afiliadas, particularmente, têm associações individuais, como com a TAL, a Organização Internacional de Universidades e a Virtual Educa.

IV - ESTATUTO DA ABTU ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE TELEVISÃO UNIVERSITÁRIA (ABTU)

TÍTULO I

Da Organização

CAPÍTULO I

Da Denominação e Objetivos da Sociedade

- Art. 1º. A ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE TELEVISÃO UNIVERSI-TÁRIA—ABTU, constituída na cidade de São Paulo, em 30 de outubro de 2000, é uma sociedade civil, sem fins lucrativos, de duração indeterminada, constituída por Instituições de Ensino Superior (IES), que tenham comprovadas atividades de produção de televisão universitária e que estejam devidamente autorizadas a funcionar no país.
- § 1º Nestes Estatutos a expressão "Televisão Universitária" designa aquelas atividades de televisão voltadas estritamente à promoção da educação, cultura e cidadania.
- § 2º A ABTU terá sede e foro provisório no município de residência de seu Diretor-Presidente, observado o prazo estabelecido no artigo 66, das disposições transitórias.
- § 3º Poderá, por decisão simples de sua assembléia, abrir escritórios de representações regionais.

CAPÍTULO II

Dos Objetivos

Art 2º. Constituem objetivos da ASSOCIAÇÃO:

- a) Colaborar no aprimoramento e desenvolvimento dos canais de televisão universitária no país, em qualquer formato, meio e tecnologia, estimulando a sua multiplicação e contribuindo para o aprimoramento dos profissionais do setor.
- b) Criar e manter condições o intercâmbio das programações de televisão produzidas pelas IES associadas.
- c) Representar os interesses das associadas, junto a qualquer instância, sempre que solicitada por uma Televisão Universitária.

CAPÍTULO II

Do Patrimônio

- **Art 3º**. A ABTU tem personalidade jurídica e patrimônio distintos das suas associadas. Sua diretoria não responde subsidiária, nem solidariamente pelas obrigações contraídas por suas associadas.
- **Art. 4º**. O patrimônio da ABTU será constituído do acervo material representado por todos os seus bens e imóveis, títulos, adquiridos por recursos próprios ou produto de doações.

Parágrafo Único - Ao fim de cada exercício, a diretoria da associação realizará o inventário do patrimônio, submetendo-o a aprovação da Assembléia Geral.

CAPÍTULO III

Do Exercício Financeiro

Art. 5°. O exercício financeiro coincidirá com o ano civil.

TÍTULO II

Das Associadas

CAPÍTULO I

Das Categorias Sociais

- **Art. 6º**. O quadro social da ABTU será constituído de associadas EFETIVAS e COLABORADORAS.
- § 1º Associadas EFETIVAS serão as IES que tenham comprovada atividade de produção de televisão universitária, e que façam parte, com plenos direitos, de canal universitário existente, ou que explorem concessão de televisão educativa.
- § 2º As associadas EFETIVAS serão representadas na ABTU exclusivamente pelos seus representantes nos canais universitários de que façam parte, ou pelos dirigentes das televisões educativas cujas outorgas explorem.
- § 3º As associadas COLABORADORAS são as IES que tenham comprovada atividade de produção em televisão universitária e que ainda não participem de canal universitário, ou ainda não detenham, nem explorem outorga de televisão educativa; participando das instâncias deliberativas da ABTU com direito à voz e sem direito ao voto ou candidatura aos cargos eletivos.
- § 4º As associadas COLABORADORAS passarão automaticamente à condição de associadas EFETIVAS, tão logo venham a integrar canal universitário, ou a explorar concessão de televisão educativa.

CAPÍTULO II

Da Admissão ao Quadro Social

- Art. 7º. A admissão ao quadro social da ABTU far-se-á:
- a) por solicitação direta da interessada à Diretoria;
- b) toda proposta de admissão será objeto de referendum da Assembléia Geral.

CAPÍTULO III

Dos Direitos e Deveres

SEÇÃO I

Dos Direitos

- Art. 8º. São direitos das associadas da ABTU:
- a) participar das assembléias gerais, através de seus representantes devidamente credenciados, desde que estejam em dia com seus deveres;
- b) votar e ser votado, ressalvado o disposto no artigo 5°, parágrafo 3°, destes Estatutos;
- c) beneficiar-se de todos os serviços prestados pela ABTU;
- d) participar de todos os eventos promovidos pela ABTU;
- e) comunicar à Diretoria, logo que deles tenham conhecimento, fatos que possam atentar contra o livre exercício das IES, seu conceito público ou o bom nome da ABTU;
- f) oferecer teses, sugestões ou proposições a serem apreciadas pela Assembléia e Diretoria da ABTU.

SEÇÃO II

Dos Deveres

- Art 9º. São deveres das associadas:
- a) efetuar pontualmente o pagamento de suas contribuições financeiras;
- b) zelar pelo bom nome da ABTU e colaborar, de forma permanente, na consecução de seus objetivos;
- c) divulgar na sua programação comunicados originários da ABTU, quando do interesse geral de suas associadas;
- d) cumprir estes Estatutos, o código de ética e as deliberações das assembléias gerais;
- *e)* comunicar à Diretoria, logo que deles tenham conhecimento, fatos que possam atentar contra o livre exercício das IES, seu conceito público ou o bom nome da ABTU.

CAPÍTULO IV

Das Infrações e das Penalidades

Art. 10º. As infrações, dependendo de sua gravidade, serão punidas com as seguintes penalidades:

- advertência;
- suspensão;
- eliminação.
- § 1º As notificações de aplicação de penalidades deverão ser feitas por via postal, com Aviso de Recebimento (AR).
- **Art. 11º**. A Diretoria da ABTU é o órgão competente para a aplicação das penalidades de Advertência e Suspensão aqui previstas.
- **Art. 12º**. A penalidade de Eliminação será aplicada exclusivamente pela Assembléia Geral.
- § 1º As penalidades de Suspensão e Eliminação serão aplicadas somente após recomendação da Comissão de Ética.
- § 2º As instâncias de recurso são a Comissão de Ética e a Assembléia Geral.
- **Art. 13º**. A Diretoria aplicará às associadas em atraso das suas contribuições financeiras por mais de 3 (três) meses a suspensão temporária dos direitos garantidos por estes Estatutos, até que se ponham em dia.
- § 1º As penalidades impostas pela Diretoria, em razão da falta ou atraso de pagamento, são irrecorríveis e só cessarão mediante a quitação.

TÍTULO III

Dos Poderes

CAPÍTULO I

Dos Poderes, Atribuições e Composição

SEÇÃO I

Dos Poderes

Art. 14º. São poderes da ABTU:

- Assembléia Geral;
- Conselho de Ética;

- Diretoria;
- Conselho Fiscal.

SEÇÃO II

Das Atribuições

- **Art. 15º**. A Assembléia Geral é o órgão soberano da ABTU, com função deliberativa.
- **Art. 16º**. O Conselho de Ética é órgão de alto nível, tem função opinativa.
- **Art. 17º**. A Diretoria tem função executiva.
- **Art. 18º**. O Conselho Fiscal tem função fiscalizadora e assessora.

SEÇÃO III

Da Composição dos Poderes

- **Art. 19º**. Os poderes da ABTU são constituídos pelas associadas, através de seus representantes legais referidos no artigo 5º;
- A ABTU é dirigida por:
- a) Assembléia Geral (AG);
- b) Diretoria, com mandato de dois anos.

CAPÍTULO II

Da Assembléia Geral e o seu Funcionamento

SECÃO I

Da Assembléia Geral

- **Art. 20º**. A Assembléia Geral é constituída pelas associadas que estejam no uso e gozo de suas prerrogativas estatutárias;
- **Art. 21º**. A Assembléia Geral reunir-se-á ordinariamente pelo menos uma vez ao ano.

- **Art. 22º**. A cada dois anos a Assembléia Geral será convocada com uma antecedência mínima de 30 dias *(alterado pela AGO 2/12/1005)*, incluindo obrigatoriamente as eleições dos poderes da ABTU como ponto de pauta.
- **Art. 23º**. A Assembléia Geral reunir-se-á extraordinariamente:
- a) para deliberar sobre a dissolução da ABTU na forma do artigo 55°;
- b) por convocação do Presidente da associação, da maioria de seu Conselho Diretor ou do Presidente do Conselho Fiscal;
- c) por requerimento de, pelo menos, 1/3 (um terço) das associadas com direito a voto, desde que se aponte motivo relevante para o quadro social.

Parágrafo único: Toda e qualquer deliberação sobre o assunto deverá seguir a pauta constante do edital, sob pena de nulidade, ressalvadas alterações de pauta aprovadas por pelo menos 2/3 (dois terços) dos presentes.

- **Art. 24º**. A Assembléia Geral será convocada por edital publicado em jornal de circulação nacional e por circular expedida a todas as associadas, com antecedência mínima de 30 (trinta) dias para a primeira convocação, ressalvado o disposto no artigo 23º.
- **Art. 25º**. A Assembléia Geral instalar-se-á em primeira convocação com presença de metade mais uma das associadas; em segunda convocação, com qualquer número. Somente participarão as associadas em dias com suas obrigações sociais.

Parágrafo único. Trinta minutos após a hora fixada para a primeira convocação não havendo número, o secretário ou quem o substituir lavrará termo, assinando-o, juntamente com o presidente da associação, e com quem mais o deseje, consignando o fato.

Art. 26º. As associadas podem ser representadas por procuradores, pessoas físicas, através de mandato

outorgado por instrumento adequado, vedado o substabelecimento.

- § 1º Nenhum procurador pode ser mandatário de mais de 1 (uma) associada.
- § 2º Não podem ser procuradores:
- a) o presidente e demais diretores;
- b) os funcionários da associação e pessoas que mesmo em caráter eventual a ela prestem serviços.

SEÇÃO II

Do Funcionamento

- **Art. 27º**. O Diretor Presidente da **ABTU**, ou o seu substituto, presidirá a assembléia.
- **Art. 28º**. Ao serem declarados abertos os trabalhos da Assembléia Geral, será lavrado termo de encerramento de assinaturas no Livro de Presença pelo Secretário da Mesa.

Parágrafo único. No caso de a sessão ser suspensa, para prosseguimento posterior, no mesmo dia ou não, somente têm direito a voto os representantes das associadas que assinaram o Livro de Presença antes da abertura dos trabalhos iniciais.

- **Art. 29º**. Os trabalhos de cada reunião serão registrados em ata, lavrada em livro especial ou folha solta, redigida ou mandada redigir pelo secretário da mesa, que a assinará junto com o presidente.
- **Art. 30°**. Só poderá tomar parte nas Assembléias Gerais a associada em dia com suas obrigações financeiras.

CAPÍTULO III

Das Eleições

SEÇÃO I

Do Colégio Eleitoral

Art. 31º. O Colégio Eleitoral é constituído de todas as associadas EFETIVAS presentes à Assembléia Geral.

SEÇÃO II

Do Conselho de Ética, da Diretoria e do Conselho Fiscal

- **Art. 32º**. O Conselho de Ética, a Diretoria e o Conselho Fiscal terão os seus membros eleitos através de chapas próprias para cada um desses poderes, pelo prazo de 2 (dois) anos. *(alterado pela AGO 2/12/2005).*
- § 1º Proclamados eleitos o Conselho de Ética, a Diretoria e o Conselho Fiscal, serão considerados empossados.
- § 2º 0s mandatos dos poderes serão coincidentes, permitida a reeleição de qualquer de seus membros.
- **Art. 33º**. O Conselho de Ética, órgão de alto nível, será integrado por 5 (cinco) membros.
- § 1º Na constituição da chapa para o Conselho de Ética deverá ser assinalado o nome daquele que será o seu presidente.
- **Art. 34º**. A Diretoria será constituída de 6 (seis) Diretores, indicados na inscrição da chapa:
- Diretor Presidente:
- Diretor Vice-Presidente;
- Diretor Administrativo;
- Diretor Financeiro:
- Diretor Técnico;
- Diretor de Comunicação Social.
- § 1º Não poderão fazer parte da Diretoria menor de 21 (vinte e um) anos à data da eleição.
- **Art 35º**. O Conselho Fiscal será composto de 5 (cinco) membros.
- § 1º Não podem fazer parte do Conselho Fiscal membros de outros poderes da associação e parentes afins até o 3º grau dos membros da Diretoria.
- § 2º Na constituição da chapa para o Conselho Fiscal deverá ser assinalado o nome daquele que será o seu presidente.

- Art. 36°. As chapas para o Conselho de Ética, para a diretoria e para o Conselho Fiscal deverão ser apresentadas para registro à Secretaria da Associação Brasileira de Televisão Universitária, com aquiescência formal de seus integrantes. Os interessados poderão interpor, junto ao Conselho de Ética, pedido de impugnação de qualquer das chapas.
- § 1º As chapas serão apresentadas para registro:
- a) pessoalmente, por um ou mais de seus integrantes;
- b) por via postal, valendo, neste caso, para efeitos do disposto no caput deste artigo, a data de postagem em agência dos Correios.
- § 2º Caso não exista chapa inscrita dentro do prazo estatutário, a Assembléia Geral abrirá o processo sucessório.
- **Art. 37º**. A partir da data do encerramento do registro das chapas, estas estarão sujeitas à impugnação nos casos seguintes:
- § 1º Só serão impugnáveis candidatos inelegíveis, nos termos destes Estatutos.
- § 2º As impugnações serão examinadas e conhecidas para efeito recursal, pelo Conselho de Ética no prazo de 5 (cinco) dias a contar da data de recebimento por esse órgão.
- § 3º Aceita a impugnação pelo Conselho de Ética, este notificará o inscrito na qualidade de presidente da chapa para substituir o candidato ou candidatos impugnados. No caso de não ocorrer a substituição no prazo de dez dias contados da data da notificação, os interessados poderão interpor pedido de impugnação de qualquer das chapas representadas.
- $\S 4^{o}$ Se o candidato ou candidatos impugnados estiverem inscritos em mais de uma chapa, a impugnação atingirá a todas nas quais estiver ou estiverem mencionadas.
- § 5º Decorrido o julgamento das impugnações e após a solução das que tiverem ocorrido, o Diretor Presidente da ABTU determinará a numeração das chapas consideradas definitivas pela ordem de apresentação, mandando afixálas ao quadro de avisos da sede social da associação e dará conhecimento às associadas.

§ 6º Casos não previstos deverão ser encaminhados ao Conselho de Ética que elaborará proposta a ser enviada à Assembléia Geral para deliberação.

TÍTULO IV

Das Atribuições, Competência e Funcionamento dos Poderes

CAPÍTULO I

Do Conselho de Ética

- Art. 38°. Compete ao Conselho de Ética:
- 1) conhecer e julgar os recursos que lhe forem encaminhados na forma destes Estatutos;
- 2) recomendar a aplicação das penalidades dispostas nestes Estatutos:
- *3)* interpretar matérias estatuárias controvertidas e decidir sobre os casos omissos na forma desse estatuto e quando solicitado pela diretoria.
- Art. 39°. O conselho de Ética reunir-se-á:
- a) por convocação de qualquer de seus membros;
- b) por solicitação de seu presidente; ou
- c) a pedido da Diretoria, para conhecer e opinar sobre assunto de sua alcada.
- § 1º 0 Conselho de Ética poderá deliberar com a presença de no mínimo 3 (três) de seus membros.

CAPÍTULO III

Da Diretoria

SEÇÃO I

Das Atribuições

Art. 40º. A Diretoria reunir-se-á, na forma do Regimento Interno da ABTU, em data prefixada ou sempre que assuntos prementes exijam solução imediata, a juízo de qualquer de seus membros. A convocação será fei-

ta, sempre, pelo Diretor Presidente ou seu substituto estatutário.

§ 1º As resoluções da Diretoria só poderão ser tomadas com a presença da metade de seus membros, votando o presidente por último, cabendo-lhe apenas o voto de qualidade.

Art. 41º. O membro da Diretoria que, sem motivo justificado, deixar de comparecer a 2 (duas) reuniões consecutivas perderá o mandato, se assim o decidir a Diretoria.

Art. 42º. Na falta ou impedimento do cargo de Diretor Presidente, será o mesmo preenchido pelo Diretor Vice-Presidente.

§ 1º No caso da vacância dos cargos de Diretor Administrativo, Financeiro ou de Comunicação Social, este cargo deverá ser preenchido por membro Conselho Fiscal, indicado pelos membros do Conselho de Ética.

§ 2º No caso da vacância dos cargos de Diretor Presidente e Vice-Presidente, o cargo vago deverá ser preenchido pelo Diretor Financeiro, cujo cargo será preenchido nos termos do parágrafo anterior deste artigo.

SEÇÃO II

De Competência

Art 43°. À Diretoria da associação compete:

- a) cumprir e fazer cumprir estes Estatutos;
- b) executar as decisões da Assembléia Geral, acatar as recomendações dos congressos e demais certames;
- c) encaminhar à Assembléia Geral a admissão de associadas:
- d) apurar infrações e faltas por não-cumprimento destes
 Estatutos e aplicar as penalidades nele previstas;
- e) aprovar as normas para funcionamento das sessões preparatórias que antecedem certames e congressos;
- f) examinar a oportunidade de alterações e reformas destes Estatutos, encaminhando-as ao Conselho de Ética;

- g) discutir e aprovar eventuais alterações no Regimento Interno e no Código de Ética da associação;
- h) fixar as cotas a serem pagas pelas associadas e a forma de atendê-las;
- i) declarar vagos os cargos na Diretoria por não-comparecimento regular dos seus titulares às reuniões;
- j) zelar pela fiel observância do Regimento Interno e do Código de Ética da Associação ou de outros que integram a comunicação de massa;
- k) aprovar a admissão, demissão e fixar vencimentos e ajudas de custo dos membros da Diretoria, dos Conselhos e demais empregados da associação;
- fornecer aos Conselhos Fiscal e Consultivo as informações que lhes forem solicitadas;
- *m)* indicar os representantes da associação em comissões, congressos, conferências e demais certames nacionais ou internacionais;
- n) criar comissões temáticas ou assessoras.

Art. 44º. À Diretoria é defeso assinar cartas de fiança, avais ou outras obrigações em nome da associação, fora de suas finalidades sociais, obedecido o disposto no artigo 45°, item "f" e 49°, item "e".

SEÇÃO III

Do Presidente

- Art. 45°. Ao presidente da associação compete:
- *a)* a representação ativa e passiva da entidade, em juízo ou fora dele, podendo delegar poderes ou outorgar mandatos na esfera de sua competência;
- b) cumprir e fazer cumprir as deliberações da Diretoria e as dos Conselhos de Ética e Fiscal que sejam de sua alçada;
- c) convocar e instalar assembléias gerais, convocar e presidir as reuniões da Assembléia Geral;
- d) solicitar reuniões dos Conselhos de Ética e Fiscal;
- e) elaborar e assinar o relatório anual, instruído com o balanço geral da entidade, assim como os do final de gestão,

que deverão ser encaminhados à Assembléia Geral com parecer do Conselho Fiscal;

f) praticar, em conjunto com o Diretor Financeiro, todos os atos normais da gestão financeira, incluindo abertura, encerramento e movimentação de contas bancárias, assinando e endossando cheques e títulos de crédito de qualquer natureza, bem como aceitando título de débito de qualquer natureza;

- **Art. 46º**. Sem autorização da maioria absoluta das associadas em dia com suas obrigações, presentes à Assembléia Geral especialmente convocada para tal fim, a Diretoria não poderá:
- a) adquirir, alienar ou onerar bens imóveis da associação;
 b) aplicar fundos da associação para fins diversos dos objetivos sociais, ressalvadas as aplicações financeiras, que tenham como finalidade a preservação dos fundos da Associação.

SEÇAO IV

Dos Demais Diretores

Art. 47º. O Vice-Presidente é colaborador direto da Presidência no exercício de suas atribuições específicas e na consecução dos objetivos da ASSOCIAÇÃO;

Art. 48°. Compete ao Diretor Vice-Presidente:

- a) substituir o Diretor Presidente em seus impedimentos ou faltas ou sucedê-lo nos casos previstos nestes Estatutos;
- b) providenciar os assuntos de suas especialidades que lhes forem deferidos pelo Diretor Presidente ou pela Diretoria como um todo.

Art. 49°. Ao Diretor Financeiro compete:

- a) zelar pelas finanças da associação;
- b) exercer, conjuntamente com o Presidente ou com qualquer dos diretores, as atribuições conferidas nestes Estatutos:

- c) representar ao Diretor Presidente sobre irregularidades que encontrar no trato das finanças da associação e sugerir decisões;
- *d)* auxiliar o Diretor Presidente na execução de suas tarefas quando por este solicitado.
- *e)* Assinar, em conjunto com o Diretor Presidente, documentos fiscais, contratos que envolvam recursos financeiros, cheques, duplicatas e documentos congêneres.

Art. 50°. Ao Diretor Administrativo compete:

- a) zelar pelo patrimônio físico, móvel e imóvel da ABTU;
- b) administrar os recursos humanos e materiais da ABTU;
- c) substituir o Diretor Financeiro em seus eventuais impedimentos, em todas as suas atribuições.

Art. 51°. Ao Diretor Técnico compete:

- *a)* responsabilizar-se pela atualização técnica e operacional da ABTU, visando à formulação de projetos de interesse das associadas e da associação;
- b) propor e gerenciar soluções de natureza técnica para as operações conjuntas das associadas;
- c) assessorar a diretoria nas decisões que envolvam soluções técnicas.

Art. 52º. Ao Diretor de Comunicação Social compete:

- a) cuidar da divulgação interna e externa das ações da ABTU, administrando informativo para as associadas, bem como mantendo a imprensa e outros órgãos de comunicação informados das atividades da associação.
- b) planejar e executar ações de marketing para o fortalecimento institucional da ABTU, com a anuência da Diretoria; c) organizar e/ou representar a ABTU na organização dos eventos com a assinatura da instituição, como congressos, seminários, fóruns etc.;
- d) buscar parcerias institucionais com associações, empresas, escolas e demais representações civis no sentido de divulgar e ampliar a presença da imagem da ABTU;
- e) elaborar e levar ao conhecimento da Diretoria para

aprovação planejamento de mídia em todos os veículos disponíveis.

SEÇÃO VI

Do Conselho Fiscal

Art. 53°. Ao Conselho Fiscal compete:

- a) examinar o relatório anual e as contas da Diretoria, inclusive as de fim de gestão emitindo parecer à Assembléia Geral;
- b) julgar as impugnações de que trata o artigo 38 destes
 Estatutos;
- c) convocar o Colégio Eleitoral em caso de renúncia coletiva do Conselho Diretor, para a imediata recomposição da Direção.

TÍTULO V

Da Receita da Associação

- Art. 54º. Constituem receitas da associação:
- a) contribuições das associadas, por IES;
- b) contribuições extraordinárias das associadas;
- c) doações;
- d) receitas eventuais.

Parágrafo único. As contribuições referidas na letra 'a' serão mensais antecipadas.

TÍTULO VII

Da Dissolução da Associação

Art. 55°. A dissolução da associação poderá ocorrer:

 I - por circunstâncias alheias à sua vontade, decorrentes de medidas legais ou administrativas sem solução adequada.

II - por incontornável e absoluta impossibilidade legal ou material de preencher suas finalidades, devidamente comprovada pelo Conselho Diretor.

§ 1º A dissolução da associação, no caso do item II, dependerá da aprovação pelos votos de, no mínimo, 2/3 (dois terços) das associadas no gozo dos direitos estatutários, reunidas em

Assembléia Geral Extraordinária, especialmente convocada, com antecedência mínima de 30 (trinta) dias.

- § 2º 0 destino do patrimônio será decidido:
- 1) No caso do item I, por Assembléia Geral Extraordinária convocada especialmente:
- 2) No caso do item I, na mesma Assembléia Geral Extraordinária que votar a dissolução.

TÍTULO VIII

Das Disposições Gerais

- **Art. 56º**. É parte destes Estatutos o Regimento Interno, o Código de Ética da associação, bem como, outros aprovados pelo poder concedente.
- **Art 57º**. A associação poderá filiar-se a entidades internacionais congêneres aos seus objetivos sociais.
- **Art. 58º**. A associação editará um boletim informativo como instrumento de divulgação de assuntos de televisão universitária e radiodifusão em geral, distribuindo-o às Associadas e outras entidades diretamente ligadas ao seu universo, nacionais ou internacionais, podendo inserir patrocínio cultural.
- **Art. 59º**. A associação envidará todos os esforços no sentido de participar diretamente da elaboração do conjunto de leis que visem alavancar o conjunto das redes televisão universitárias e educativas, notadamente no que se refere à igualdade de condições com as IES do sistema aberto quanto à captação de recursos, via publicidade.
- **Art. 60º**. Estabelecer uma política brasileira que fortaleça as IES universitárias e educativas.
- **Art. 61º**. Examinar os anteprojetos legais que visem reger as relações do setor, visando o aperfeiçoamento da legislação que lhe é pertinente;

Art. 62º. Os seminários, certames e congressos sobre a comunicação eletrônica de massa, devem ser priorizados pela ASSOCIAÇÃO, no sentido de se buscar soluções para os problemas da área de sua atuação,

Art. 63º. Pesquisar e desenvolver métodos de aperfeiçoamento das relações entre as ASSOCIADAS, entre elas e o poder concedente e demais entidades públicas e privadas;

TÍTULO IX

Das Disposições Transitórias*

Art. 64º . A Assembléia de Constituição da ABTU deverá ratificar estes Estatutos e eleger a primeira diretoria, em caráter provisório, com mandato de 1 (um) ano.

§ 1º. Proclamados os resultados da eleição, ficam imediatamente empossados os integrantes da chapa vencedora. § 2º. A Diretoria Provisória terá como objetivo concluir o processo de constituição da ABTU, estimulando a associação de IES.

Art. 65º. A Diretoria Provisória deverá elaborar e aprovar o Regimento Interno e o Código de Ética da ASSOCIAÇÃO, no prazo máximo de 120 (cento e vinte), a contar da aprovação de seus Estatutos.

Art. 66º. Por ocasião da redação do Regimento Interno, serão estabelecidos critérios para a constituição de uma Rede Nacional de Televisão Universitária.

Art. 67º. Estes Estatutos entrarão em vigor na data da sua aprovação pela Assembléia Geral de Constituição convocada especialmente para esse fim.

V - CÓDIGO DE ÉTICA DA ABTU

Considerando que os serviços de telecomunicação visam promover a cultura nacional e internacional, a diversidade

de fontes, a informação, o lazer e o entretenimento, estabelecendo-se para tal, a criação de canais pagos e gratuitos;

Considerando que a Associação Brasileira de Televisão Universitária foi criada com a finalidade de representar as demandas das instituições de Ensino Superior que detenham Serviços de Telecomunicação;

Considerando que a Lei nº 8.9777, de 6 de janeiro de 1995, regulamentada pelo Decreto nº 2.206, de 14 de abril de 1997, estabeleceu a criação de um "Canal Universitário", enquadrado como Serviço Básico Gratuito e a ser disponibilizado gratuitamente por operadoras de TV a cabo a fim de ser compartilhado entre as universidades localizadas no município da área de prestação do serviço;

Considerando que muitas das Instituições de Ensino Superior associadas à ABTU — Associação Brasileira de Televisão Universitária - são detentoras de outorga de canal de Radiodifusão de sons e imagens;

Considerando que as Universidades, Fundações e as Instituições de Ensino Superior, que mantêm as emissoras universitárias e educativas, têm papel relevante de responsabilidade social, educativa e cultural, reconhecido pela Constituição e referendado através de diversas legislações de compensação fiscal e tributária;

Considerando que a ABTU e seus filiados através da sua Carta de Princípios tem como compromissos prioritários a socialização dos bens culturais, a difusão do conhecimento, a democratização da informação e a promoção do desenvolvimento integral das regiões onde atuam;

Considerando que a ABTU e seus filiados entendem que a aquisição do conhecimento como resultado de um processo construído a partir do diálogo com diferentes saberes e interlocutores e os canais de comunicação tem por obrigação social colocar-se como um destes interlocutores, na função de informar, problematizar e estabelecer relações num processo interativo;

Considerando que a Carta de Princípios da ABTU defende a diversidade cultural, a inclusão, a independência, o respeito ao outro e o bem comum visando um incentivar a emancipação do sujeito diante da sociedade num processo de comunicação que reconhece o receptor como protagonista;

As instituições de Ensino Superior signatárias se comprometem a observar os princípios constitucionais da indissociabilidade de ensino, pesquisa e extensão, do respeito, dignidade e igualdade humana, bem como os padrões éticos de conduta contemplados nas seguintes normas, norteadoras da utilização do "Canal Universitário", TVEs, rádios, WEB e dos demais serviços de radiodifusão doravante chamados de sistemas de difusão eletrônica universitário ou educativo:

Artigo 1º: A utilização dos sistemas de difusão eletrônica universitário ou educativo tem por objetivo promover a educação, a pesquisa e a extensão universitária, observando os preceitos constitucionais e infra-constitucionais, bem como visa ao desenvolvimento do indivíduo, seu preparo para o exercício da cidadania, o fácil acesso às informações e sua qualificação para o trabalho.

Artigo 2º: Os sistemas de difusão eletrônica universitário ou educativo vinculados às instituições de Ensino Superior têm responsabilidade social enquanto agência educativa e referendada pela Constituição e benefícios fiscais e tributários. Portanto, todos os profissionais envolvidos no desenvolvimento, na produção e na apresentação de produtos, assim como nas ações de mobilização, devem ter uma postura em consonância com valores humanistas e públicos, retornando à sociedade os investimentos por ela efetuado. Devem, assim:

- · Respeitar e fazer respeitar a vida humana com dignidade e como valor absoluto.
- · Empenhar-se pela universalização efetiva dos direitos sociais, civis e políticos concorrendo para que todos tenham uma cidadania plena, cotidiana e ativa.
- · Defender intransigentemente os direitos humanos e recusar toda a forma de arbítrio e autoritarismo.
- · Agir em todas as circunstâncias em favor da ampliação e consolidação da cidadania.
- · Defender a equidade e a justiça social como acesso universal e irrestrito a todos os bens e serviços disponíveis na sociedade.
- · Respeitar e valorizar a diversidade cultural, defendendo o pluralismo de idéias, tradições e de projetos de vida.
- · Combater todas a formas de preconceito e violência e tratar com respeito, civilidade e disposição para o diálogo todas as pessoas sem discriminação de qualquer natureza.
- · Defender a utilização do seu potencial em benefício do interesse público social e na melhoria da qualidade de vida dos cidadãos, dentro dos preceitos constitucionais e legais do país.

Artigo 3º: Os programas produzidos e divulgados nos sistemas de difusão eletrônica universitário ou educativo deverão ser de caráter exclusivamente informativo, educativo, cultural e destinados às comunidades atingidas e de interesse social.

Artigo 4º: Toda a produção de conteúdo, programas, programetes e informes publicitários veiculados pelas instituições de ensino usuárias dos sistemas de difusão eletrônica Universitário ou Educativo deverão seguir as normas e condições avençadas pelas instituições participantes como as de interesse público, bem como atender ao princípio do respeito aos valores éticos e sociais da pessoa.

Parágrafo Primeiro: É vedada a divulgação de programas ou informes publicitários atentatórios contra a vida, igualdade, liberdade, segurança e propriedade, sendo expressamente proibido:

- o estímulo direto ao consumo, sem, no entanto, descartar o empreendorismo local e regional como instrumento de desenvolvimento social das comunidades atingidas, assim como importante instrumento estratégico de sustentabilidade de projetos sociais das emissoras universitárias e educativas.
- · mensagens com apelo erótico ou que contenham cenas alusivas a racismo, constrangimento público e violência doméstica e urbana.
- · promoção de remédios, bebidas alcoólicas, cigarros, complementos alimentares, agrotóxicos, armas.

Parágrafo Segundo: Cada instituição de ensino se responsabilizará integralmente pelo conteúdo do programa ou informe veiculado nos sistemas de difusão eletrônica universitário e educativo.

Parágrafo Terceiro: Recomenda-se a diferenciação da utilização dos espaços comercializados das emissoras universitárias e educativas das emissoras comerciais tradicionais, priorizando as mensagens institucionais, educativas e de informação de interesse público, distribuindo-as majoritariamente pela programação em relação as com maior enfoque comercial.

Parágrafo Quarto: É fundamental a obediência à legislação pertinente sobre o uso comercial da programação e seus espaços de veiculação sem, no entanto, deixar de perseguir, exigir e lutar, perante as instituições de direito e fóruns de debate, por projetos de sustentabilidade das emissoras sem preconceitos e que atendam ao interesse público.

Artigo 5º: As instituições de ensino poderão divulgar seus cursos, seja em nível de graduação, pós-graduação ou extensão, desde que regularmente credenciados, bem como eventuais serviços de atendimento à comunidade.

Parágrafo Primeiro: A divulgação deverá destinar-se para a finalidade exclusivamente informativa, inclusive valendo-se de meios de comunicação para obtenção de informações complementares, guardando discrição quanto ao conteúdo, forma e dimensões.

Artigo 6º: A postura institucional dos veículos e equipes que operam os sistemas de difusão eletrônica universitário e educativo deverá ser apartidária, desatrelada de governos, grupos econômicos, facções políticas e candidaturas. Seu compromisso é com o telespectador e com a sua missão/princípios básicos que norteiam sua conduta e programação. Assim, recomenda-se:

- · respeito, preservação e incentivo ao cuidado do patrimônio material e imaterial de sua cidade, valorizando sua história e cultura;
- · a defesa do uso sustentável dos recursos naturais, sejam eles renováveis ou não, reagindo através de seus meios a qualquer operação que cause danos ao meio ambiente circundante deve ser suspensa.
- · cumprimento de obrigações contratuais, em especial aquelas relativas à pagamentos, sinaliza o comportamento ético da empresa.
- · precauções contra práticas como difamação, disseminação de inverdades e maledicências, uso indevido de informações privilegiadas ou câmera oculta ou depoimentos sem autorização, roubo de documentos e outros atos ilícitos e antiéticos caracterizam crime e concorrência desleal.
- · coibir atos ou atitudes de corrupção e o pagamento de propina ou atividades moralmente condenáveis.
- · defender plenamente as definições do Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA), Estatuto do Idoso, Estatuto do Torcedor e demais documentos de políticas públicas nacionais que prevêem a inclusão e o respeito ao cidadão, criando condições para que estes se efetivem na comunidade e nas situações cotidianas.

Artigo 7º: A não-observância das normas contidas neste código e legislação vigente resultará na aplicação das penalidades de advertência, suspensão ou desfiliação da instituição infratora pelo Conselho de Ética da ABTU, independentemente do encaminhamento da denúncia ao Ministério das Comunicações.

Artigo 8º: As penas aplicáveis por infração a este Código de Ética são:

- a) advertência: aplicada no descumprimento dos artigos
 3º e 4º deste código.
- b) suspensão: será graduada em até 30 (trinta) dias consecutivos, considerando-se a infração cometida, sua gravidade, os antecedentes da instituição infratora e a reincidência específica.
- c) desfiliação: caso nenhuma das medidas anteriores obtenha os efeitos desejados caberá ao Conselho de Ética recomendar a desfiliação da infratora a diretoria da ABTU que deverá homologar por maioria de votos ou submeter a assembléia geral da Associação.

Artigo 9º: Tratando-se de reclamações formuladas por instituições afiliadas à ABTU ou terceiros, o Conselho de Ética notificará o reclamado, para que em 20 (vinte) dias, se manifeste sobre os termos da reclamação, decidindo, a seguir, sobre a aplicação ou não de penalidade.

Artigo 10º: Os integrantes do Conselho Gestor nos caso dos Canais Universitários, representantes da instituição infratora e da instituição denunciada serão considerados suspeitos, não tendo direito a manifestação e voto na decisão da reclamação.

Artigo 11º: O disposto neste Código deverá ser observado pelos filiados a ABTU, bem como aqueles que venham se filiar a associação.

Artigo 12º: Este código entrará em vigor a partir de sua assinatura.

ASTRAL Associação Brasileira de Televisões e Rádios Legislativas

Um poder, o Poder e a ASTRAL

* Rodrigo Lucena

As emissoras legislativas espelham com razoável fidelidade a estrutura do Poder Legislativo no Brasil. De certa forma, reproduzem os avanços, mas também as mazelas de um poder que vai se modernizando ao ritmo das transformações que lhe vão sendo impostas pelo desenvolvimento do nosso sistema democrático e pelos processos de controle e de participação popular.

Justamente por representar muito fielmente as estruturas e relações de poder do Legislativo, essas emissoras também sofrem as influências, as ações e as limitações próprias desse sistema. Cada qual a sua maneira, elas tentam romper uma cultura burocratizada, que em nada combina com o dinamismo que um canal de televisão requer e que não raramente dificulta a sua expansão e o seu desenvolvimento.

A realidade das emissoras legislativas é menos dramática nas instituições federais e naquelas que se atualizaram à luz dos mandamentos constitucionais. Também naquelas que capacitaram seus servidores e aperfeiçoaram sua estrutura administrativa e financeira. Do ponto de vista da sua função política e social, essas emissoras encontram graus variados de dificuldades. Alguns fatores, porém, pesam a

seu favor: o pluralismo partidário das casas legislativas e a sua programação ao vivo. Percebe-se, ainda, a necessidade de se aperfeiçoarem os mecanismos de controle social e regras internas, como a estabilidade funcional de seus dirigentes.

Esses elementos representam uma ação contrária à tentação de uso indevido deste meio público de comunicação e favorecem o cumprimento dos objetivos institucionais das emissoras do Legislativo. Tais objetivos passam pela divulgação com alto grau de transparência dos atos e processos do poder e pela execução de um projeto educativo, que acredita na força transformadora do conhecimento. Uma espécie de retroalimentação do processo democrático, visando ao seu aperfeiçoamento, com conseqüência em uma suposta melhoria da capacidade do cidadão fazer escolhas eleitorais, com base em uma boa dose de informação sobre o funcionamento das instituições parlamentares e sobre o trabalho dos representantes.

A Associação Brasileira de Televisões e Rádios Legislativas (ASTRAL) nasceu para lutar por um espaço menos restritivo às emissoras legislativas; para estudar mecanismos que lhes permitam desenvolver com liberdade e sem limitações de qualquer natureza; para propor meios de financiamento que as tornem capazes de produzir uma programação atrativa, em plástica e conteúdo; e para ajudar a criar

soluções que viabilizem o desenvolvimento de um projeto de rede nacional.

Pela primeira vez, desde a criação desses novos veículos de comunicação eletrônica atrelados ao Poder Legislativo das esferas federal, estadual e municipal, o governo acena para as emissoras legislativas com uma perspectiva de reconhecimento de sua existência como veículos de radiodifusão. Algo que deve ser atribuído à percepção de uma equipe de governo e, principalmente, a uma conquista do trabalho dessas emissoras, pela repercussão de suas ações e pela sua importância para a democracia brasileira.

* Rodrigo Lucena, jornalista, é presidente da ASTRAL e diretor da TV Assembléia de Minas Gerais.

I - APRESENTAÇÃO DO SETOR

ASTRAL - Histórico

A Associação Brasileira de Televisões e Rádios Legislativas (ASTRAL), criada em julho de 2003, congrega as emissoras de rádio e televisão mantidas pelos poderes legislativos das esferas federal, estadual e municipal, por meio de seus representantes legais. De acordo com o seu estatuto, a ASTRAL destina-se a representar o interesse das emissoras de rádio e televisão legislativas perante poderes, órgãos e associação públicas; estabelecer o intercâmbio técnico e a troca de experiências entre os veículos de comunicação das casas legislativas; criar um núcleo de cooperação técnica para dar suporte à implantação, gestão e expansão dos canais de rádio e de televisão legislativa; estimular a criação e o funcionamento das emissoras de rádio e televisão legislativas em todas as unidades da federação; promover o debate sobre o papel desses veículos de comunicação como instrumento de transparência das ações do Poder Legislativo, de aprimoramento do sistema democrático e do exercício da cidadania; promover e estimular a realização de cursos, palestras e treinamentos para os profissionais do setor; criar e organizar arquivos contendo informações e bancos de dados, de som e de imagens que possam ser compartilhados entre os associados.

Ao longo desses três anos de funcionamento, a ASTRAL realizou seis assembléias gerais (das quais quatro ordinárias) e cinco encontros nacionais. Além do chute inicial para sua organização interna, o objetivo desses encontros é promover a aproximação dos técnicos que até então não se conheciam. Eles se provaram importantes momentos de contato e troca de experiências, abrindo um processo de construção de modelos consensuais de atuação e de visão do setor por parte dos dirigentes das emissoras legislativas.

Desta forma, os técnicos iniciaram discussões e troca de informações quanto à montagem e ao planejamento de suas grades de programação. Também tiveram início as articulações quanto à atuação no meio político, visando a um reconhecimento oficial das emissoras como importante canal de informação, de educação e de participação popular.

Nesse sentido, a ASTRAL procurou atuar nos órgãos federais, buscando ampliar o espaço das TVs legislativas, questionando os limites restritivos da legislação em vigor, que as confina ao sistema a cabo. A associação buscou embasamento jurídico para contestar os pareceres oficiais contrários a sua propagação em sinal aberto.

Associados

O quadro de associados da ASTRAL é composto majoritariamente das emissoras legislativas estaduais (Assembléias Legislativas), Câmara Federal e Senado Federal. As Câmaras Municipais foram incorporadas por meio de uma alteração estatutária, que estabeleceu uma participação proporcional, com um artigo que prevê um voto municipal por estado, equilibrando a participação dos municípios nas decisões da associação.

São membros da ASTRAL:

Sócios fundadores: TV e Rádio Câmara Federal; TV e Rádio Senado; TV Assembléia de Minas Gerais; TV Assembléia de São Paulo; TV Assembléia do Amazonas; TV Assembléia de Goiás; TV Assembléia de Sergipe; TV Assembléia de Santa Catarina; TV Assembléia do Mato Grosso; TV Assembléia do Mato Grosso do Sul; TV Assembléia do Rio Grande do Sul; Assembléia Legislativa de Tocantins. Sócios: TV Assembléia do Rio Grande do Norte; TV Assembléia do Espírito Santo; Assembléia do Pará; TV Assembléia da Paraíba; TV Assembléia do Rio de Janeiro; TV Câmara Municipal de Lavras; TV Assembléia do Ceará; TV Distrital; TV Assembléia de Pernambuco; TV Câmara Uberaba; TV Câmara São José do Rio Preto; TV Câmara Rio de Janeiro; TV Câmara Catanduva.

São instituições presentes aos debates, porém ainda não filiadas formalmente:

TV Assembléia de Rondônia; TV Assembléia do Piauí; Assembléia Legislativa do Acre; TV Assembléia do Paraná; Assembléia de Roraima; TV Câmara de Muqui-ES; Câmara Municipal de Santa Maria-RS; TV Câmara Municipal de Araçatuba-SP; TV Câmara Municipal de Montes Claros-MG; TV Câmara Municipal de João Pessoa-PB; TV Câmara Municipal de Uberlândia-MG; TV Câmara de Blumenau-SC; TV Câmara Municipal de Belo Horizonte-MG; TV Câmara de Bauru-SP; TV Câmara de Barueri-SP; TV Câmara de Santana de Parnaíba-SP; TV Câmara

de Sorocaba-SP; TV Câmara Votuporanga-SP; TV Câmara Piracicaba-SP; TV Câmara de São Carlos-SP; TV Câmara de Araraquara-SP; TV Câmara de Ribeirão Preto-SP; TV Câmara de Campinas-SP; TV Câmara de Presidente Venceslau-SP; TV Câmara Catanduva-SP; TV Câmara Diadema-SP; TV Câmara Rio Claro-SP; TV Câmara São José do Rio Preto-SP; TV Câmara IndaiatubaSP; TV Câmara Assis-SP; TV Câmara Presidente Prudente-SP; TV Câmara Caçapava-SP; TV Câmara Marília-SP; TV Câmara Taubaté-SP; TV Câmara Santos-SP; TV Câmara Santo André-SP; Câmara Municipal de Lagoa da Prata-MG; Câmara Municipal de Jundiaí-SP.

Quadro dirigente:

São órgãos internos da ASTRAL: a Assembléia Geral, a Diretoria Executiva, o Conselho Superior e o Conselho Fiscal. A Diretoria Executiva é eleita pela Assembléia Geral para um mandato de dois anos. A atual Diretoria Executiva é composta do presidente (Rodrigo Lucena – AL-MG); Vicepresidente (Wanderley Oliveira – AL-MT); 1° Secretário (Maria do Carmo Limas – AL-SP); 2° Secretário (Oton Barreto – AL-RS); Tesoureiro (Izaías Pedro Soares – AL-GO). São membros do Conselho Fiscal: Titulares: José Flávio Assen (AL-AM); Valério de Souza Cicarelli (Câmara Municipal de Lavras-MG); José Cezar Marini (AL-RO); e Suplentes: Rose Duarte (AL-ES); Wellington Ribeiro (AL-TO); Maria Ivonete Lessa (AL-SC).

As atribuições de cada órgão estão descritas no Estatuto da ASTRAL, que segue anexo. Aqui vale uma ressalva quanto à figura do Conselho Superior, formado por parlamentares indicados pelas casas legislativas associadas. O Conselho Superior é uma espécie de órgão consultivo e foi pensado para legitimar e reforçar politicamente as demandas e projetos da associação nos organismos públicos sob controle político. O atual presidente do Conselho Superior da ASTRAL é o deputado estadual Romeu Tuma Júnior (SP).

Perfil dos associados

A ASTRAL mantém contato com 23 casas legislativas estaduais, das quais 19 mantém emissora em funcionamento regular. Outras 37 emissoras legislativas municipais, a maioria do estado de São Paulo, trocam informações regularmente com a ASTRAL, das quais apenas quatro se associaram até o momento. Todas dividem a grade com a respectiva emissora legislativa estadual, em muitos casos funcionando 24 horas. Este universo é, sabidamente, maior, mas o processo de identificação e filiação dessas emissoras e a organização interna da ASTRAL estão apenas se iniciando.

O perfil das emissoras legislativas comporta situações diversas quanto ao orçamento e às estruturas técnica, administrativa, funcional e política, que lhes impõem níveis variados de performance. Há emissoras trabalhando com alto grau de improviso, recursos tecnológicos precários e trabalhadores pouco capacitados. Outras têm à disposição o que há de mais moderno em tecnologia e soluções digitais, com técnicos e jornalistas experientes no mercado de radiodifusão.

Em algumas casas legislativas, três categorias são recrutadas para as operações da emissora: servidores efetivos, comissionados e ainda funcionários terceirizados. Não há uniformidade quanto à ocupação dos cargos de direção. Em muitos locais essa ocupação se dá por servidores de carreira. Em outros, são cargos comissionados. Há também casas legislativas que adotam uma fórmula híbrida em sua direção: um cargo comissionado e outro de recrutamento limitado.

Seria possível afirmar, em certo sentido, uma tendência de aperfeiçoamento dessas instituições quando se parte da esfera municipal para a estadual e daí para os órgãos federais, representados pela Câmara dos Deputados e pelo Senado Federal. Mas há, naturalmente, situações diferenciadas em cada uma dessas esferas, o que nos permite dizer que está em curso um movimento gradual de modernização do setor.

A despeito da diferença estrutural e dos problemas localizados de ordem política, as emissoras legislativas prestam um serviço relevante de propagação e oferta de informação de interesse público. Não há relatos mais graves de desvio de finalidade. A fiscalização dos partidos e o predomínio das transmissões ao vivo e integrais das reuniões do Parlamento as conduzem, em boa medida, ao cumprimento de sua missão institucional.

II - EIXOS TEMÁTICOS

01. Missão e finalidade

Ao representar emissoras criadas para permitir o acompanhamento das atividades do Parlamento, a missão da ASTRAL se confunde com a missão das emissoras que representa. Seus objetivos estratégicos passam pelo estímulo ao desenvolvimento técnico e humano da estrutura profissional instalada nas emissoras legislativas, para dar-lhes condições de cumprir satisfatoriamente seu papel institucional.

A missão das emissoras legislativas relaciona-se ao aprimoramento do processo democrático. Significa explorar as ferramentas comunicacionais que permitirão à sociedade ter melhores elementos críticos para fazer escolhas no momento de compor o Parlamento. Implica abrir uma janela das casas legislativas à observação popular e com isso ampliar a capacidade de avaliação do papel e da atuação dos membros do Poder Legislativo, com base em uma leitura comparativa em relação àquilo que foi prometido durante a campanha eleitoral e que está escrito no conteúdo programático dos partidos políticos.

Às emissoras legislativas cabe criar quadros especializados para decifrar os códigos peculiares ao processo legislativo. Devem, também, esclarecer à população as motivações que conduzem aos acordos políticos, que permitem a aprovação das matérias que impactam a vida dos cidadãos. Tudo isso com uma linguagem de fácil compreensão.

Importa mostrar as ações do Parlamento e a legitimidade da representação parlamentar, apontando o funcionamento das instituições públicas, sem que isso possa ser confundido com propaganda institucional. Dar visibilidade e transparência aos trabalhos legislativos, mediando a aproximação entre o poder e a sociedade, de forma a estimular a cobrança, a avaliação crítica e o debate popular em torno das políticas públicas.

02. Configuração jurídica e institucional

As emissoras legislativas, em sua grande maioria, são órgãos criados dentro da estrutura organizacional das Assembléias Legislativas e das Câmaras Municipais. O mesmo se aplica às TVs do Senado Federal e da Câmara dos Deputados. São estruturas criadas por meio de deliberações, decisões das Mesas Diretoras, Projetos de Lei ou Resoluções. Em alguns estados, foram criadas fundações públicas de direito privado.

Os servidores vinculam-se à estrutura administrativa das casas legislativas em três modelos distintos: exclusivamente servidores efetivos, portanto, concursados; servidores de recrutamento amplo; e funcionários de empresas terceirizadas vencedoras de licitação. Na maioria dos casos ocorre a mistura das três formas de contratação.

Em termos de hierarquia, geralmente as emissoras legislativas se vinculam a uma Diretoria de Comunicação ou são administradas pelo próprio diretor de comunicação da instituição que representa — o que ocorre especialmente nas Câmaras Municipais. À medida que ganham dimensão, ganham também um organograma próprio, com gerências operacionais subordinadas ao diretor.

03. Legislação e marcos regulatórios

A legislação que permite o funcionamento das emissoras legislativas é a Lei nº 8.977, de 6 de janeiro de 1995, que dispõe sobre o serviço de TV a Cabo e dá outras providências. Essa lei criou um canal para o Senado e um para a Câmara dos Deputados, e um dispositivo determina o compartilhamento do canal entre as emissoras legislativas estaduais e municipais, na sua localidade de abrangência.

Tal dispositivo legal acabou por criar uma situação de conflito entre algumas emissoras estaduais e municipais, uma vez que não há definição clara sobre o modelo de compartilhamento. Uma vez que as transmissões ao vivo são prioritárias, e devem contemplar as reuniões deliberativas de Plenário e das comissões, não há como estabelecer uniformidade na grade de programação desses canais, já que as reuniões podem ocorrer simultaneamente na Assembléia Legislativa e nas Câmaras Municipais.

Quanto à legislação de radiodifusão, um parecer do setor jurídico do Ministério das Comunicações interpreta que as casas legislativas não teriam personalidade jurídica e por isso não estariam aptas a exercer o serviço. Parecer de lavra da Procuradoria da Assembléia Legislativa de Minas Gerais se opõe a essa interpretação:

"(...) De fato, estabelecer que o Estado enquanto pessoa jurídica de direito público interno só pode ser representado exclusivamente pelo Poder Executivo para fins de outorga acima referenciada ofende o princípio da tripartição cons-

titucional dos Poderes, com harmônica independência e suas explícitas autonomias, financeira e administrativa. Além do mais, ofende o Estado Democrático de Direito, consagrado pela nossa Constituição Federal, artigo 2°.

Conquanto o Estado seja uma unidade política sob o aspecto da soberania e uma unidade jurídica no tocante à personalidade, os Três Poderes subsistem cada qual distinto com o fito de realizar suas funções de forma independente e harmônica com os demais Poderes, e simultaneamente, no caso específico do Poder Legislativo, servir como instrumento de limitação do Poder Executivo.

Não é despiciendo observar que os conflitos entre os Poderes ocorrem a todo momento e somente a independência e o respeito ao Estado Democrático de Direito é que garantem o cumprimento dos ditames da ordem constitucional vigente.

Quando a opinião jurídica do Departamento de Outorga e Licenciamento do Ministério das Comunicações é no sentido de que o Estado e o Poder Executivo são a mesma coisa, e que a outorga só pode ser deferida ao Poder Executivo, estabeleceu, sem pudor, que o outro Poder do mesmo quilate constitucional (no caso o Legislativo) estará subordinado e hierarquizado ao Poder Executivo, para prestar serviços de radiodifusão. Assim, politicamente e administrativamente, o Poder Legislativo fica literalmente sujeito ao alvedrio e boa vontade do Poder Executivo para os ditos serviços. Sem contar que uma vez o Poder Executivo permitindo a prestação de serviços e recebesse a outorga "em nome do Poder Legislativo", tal boa vontade teria um custo, pois certamente haveria um controle sobre a execução dos serviços e dos próprios conteúdos das transmissões. Esse resultado inegável reforça, uma vez mais, a ofensa ao princípio da independência dos poderes.

Não se pretende aqui adentrar na discussão doutrinária profunda e controvertida da personalidade jurídica do Estado, mas sim a interpretação de que se entende por Estado tão-somente o Poder Executivo e que a pretensão de outro Poder, igualmente do Estado, para receber outorga de prestação de serviços de radiodifusão estaria inevitavelmente subordinada aos interesses e vontade do Poder Executivo.

Os efeitos dessa interpretação que, afinal, só permite que o Poder Executivo detenha a execução da prestação de serviços de radiodifusão no âmbito do Estado trazem mais uma conseqüência inverossímil. Qualquer entidade ou pessoa de direito privado que integra a administração pública direta ou indireta, assim como as concessionárias ou autorizadas, fundações, sociedades civis em geral e sociedades nacionais por ações ou por cotas de responsabilidade limitada, podem receber a outorga, mas o 'Poder Legislativo não é Estado' e, portanto, não pode receber a multicitada outorga!

Enfim, as entidades (frisa-se, até privadas) que povoam o ordenamento jurídico e elencadas no artigo 11, do Decreto Federal nº 3.965, de 2001, podem receber uma outorga. Entretanto, ao Poder Legislativo, que constitucionalmente é um Poder com prerrogativas e competência próprias; que é um Poder independente e integra o Estado nas suas funções de garantia da democracia, de criação de normas e de fiscalização e controle do Poder Executivo, não é conferido esse direto por uma interpretação equivocada, distorcida e restritiva do termo Estado. Demais disto, privilegiar entidades privadas em detrimento de um poder estatal, ofende, inclusive, o princípio de que o setor público tem preferência para recebimento de outorga, como preconiza o artigo 34, § 2º da Lei nº 4.117, de 1962.

Essa tendência de autorizar e negritar, por exegese, a hegemonia e a centralização de poder no Poder Executivo é comum numa sociedade que viveu sob o jugo do autoritarismo (ditadura) e que adota o sistema de governo presidencialista e uma forma de Estado federalista nascido de um Estado Unitário Monárquico.

No entanto, este vezeiro político-cultural vem sendo banido, pois o próprio legislador já vem deixando claro que Estado não é sinônimo de Poder Executivo. Esse discernimento vem claramente estampado na Lei Complementar 101, de 4 de maio de 2000, que estabelece normas de finanças públicas voltadas para a responsabilidade na gestão fiscal, conhecida vulgarmente como Lei da Responsabilidade Fiscal, que dita:

'Art. 1º - Esta Lei Complementar estabelece normas de finanças públicas voltadas para a responsabilidade na gestão fiscal, com amparo no Capítulo II do Título VI da Constituição.

§ 1º-A responsabilidade na gestão fiscal pressupõe a ação planejada e transparente, em que se previnem riscos e corrigem desvios capazes de afetar o equilíbrio das contas públicas, mediante o cumprimento de metas de resultados entre receitas e despesas e a obediência a limites e condições no que tange à renúncia de receita, geração de despesas com pessoal, da seguridade social e outras, dívidas consolidada e imobiliária, operações de crédito, inclusive por antecipação de receita, concessão de garantia e inscrição em Restos a Pagar.

§ 2º - As disposições desta Lei Complementar obrigam a União, os Estados, o Distrito Federal e os Municípios.

§ 3° - Nas referências:

I - à União, aos Estados, ao Distrito Federal e aos Municípios, estão compreendidos:

a) o Poder Executivo, o Poder Legislativo, neste abrangidos os Tribunais de Contas, o Poder Judiciário e o Ministério Público;'

A Constituição do Estado de Minas Gerais, em seu artigo 128, § 5°, trilhando a mesma certeza de que o Poder Legislativo também é Estado estabelece o seguinte:

'§ 5° - No processo judicial que versar sobre ato praticado pelo Poder Legislativo ou por sua administração, a representação do Estado incumbe à Procuradoria-Geral da Assembléia Legislativa, na forma do § 2° do art. 62.'

É indubitável que o Estado como pessoa jurídica de direito público é formado por três funções com forças iguais e independentes e cada qual, dentro de sua autonomia; cada qual exercendo suas competências e autonomia enquanto Estado. Basta observar que cada Poder tem seu orçamento próprio, seu quadro de pessoal próprio, celebra contratos e convênios 'per si', enfim, executa uma série de competências e funções enquanto um Poder do Estado, enquanto Estado no exercício de suas funções originárias e especializada segundo os comandos constitucionais."

04. Programação e modelos de negócio

A grade das emissoras legislativas é preenchida com produções próprias. Além das transmissões ao vivo e gravações das principais reuniões deliberativas de Plenário, comissões, e audiências públicas dos órgãos internos do Legislativo, com a presença de convidados, compõem a programação os formatos jornalísticos: telejornais, revistas eletrônicas, entrevistas, *talk shows* e documentários; e os debates e mesas-redondas.

Também cresce uma tendência de ocupação da grade com programação cultural, incluindo espetáculos de dança, teatro, shows musicais, programas de literatura e música clássica, além de biografias de autores e personalidades. Recentemente, a TV Câmara apresentou um formato de auditório, direcionado ao público jovem.

A maior parte dessa programação é gravada em pequenos estúdios, alguns improvisados ou construídos dentro das estruturas físicas preexistentes, muitas das quais no interior de prédios antigos, tombados pelo patrimônio histórico e que por isso não permitem grandes alterações nem condições adequadas para o funcionamento de estúdios. Alguns programas são gravados diretamente em auditórios e salas de espetáculo, e nem sempre oferecem boas condições de áudio e iluminação.

Há que se destacar os convênios firmados com instituições públicas e organizações não-governamentais, para produção, troca de conteúdos ou a exibição de programas de caráter educativo, curtas e longas metragens. As parcerias têm se mostrado eficientes para todas as emissoras, como fator de redução de custos e fonte de produções de qualidade. Também facilitam as produções de alcance nacional.

Duas experiências recentes exemplificam esse modelo: o programa *Parlamento Brasil*, uma espécie de revista eletrônica produzida e editada pela TV Senado, com base em matérias fornecidas pelas casas legislativas de todo o país; e a cobertura do primeiro turno das eleições de 2006, com a participação das emissoras das Assembléias Legislativas. Primeira experiência de produção e exibição em *pool* das TVs Câmara e Senado, um aceno para a formação da TV do Congresso Nacional.

É de se observar que a proximidade entre os diretores das emissoras legislativas no âmbito da ASTRAL vem permitindo a

troca de idéias, experiências e produtos, mas há ainda gargalos consideráveis no que concerne ao tráfego dessa produção. Por não serem emissoras geradoras e como não possuem uma cultura de operação em rede, as legislativas estaduais e municipais, principalmente, dependem ainda do favor e da mediação de emissoras locais de maior porte para gerar o material que vai servir ao projeto maior de formação de uma rede legislativa nacional em horários estratégicos.

Os problemas enfrentados para formação dessa rede são estruturais e próprios de um segmento que nasceu como um corpo estranho a uma estrutura administrativa antiga e burocratizada, que em si representa um forte obstáculo à dinâmica de funcionamento e ao volume de recursos que o segmento de radiodifusão requer. A criatividade e o esforço das equipes envolvidas nesse trabalho têm sido o diferencial que confere sucesso às iniciativas acima mencionadas.

Hoje é difícil dimensionar o enorme acervo à disposição das emissoras legislativas. São dezenas de milhares de horas de gravações de sessões plenárias, audiências públicas, CPIs, comissões especiais, entrevistas, documentários, espetáculos, enfim, um abrangente banco de informações e imagens sobre temas os mais diversos, com as principais personalidades e atores relacionados a cada um desses temas. O grande problema é mais uma vez de ordem estrutural e financeira, e diz respeito à guarda desse material. À exceção da Câmara Federal e do Senado, que também enfrentam o desafio de armazenar tecnicamente esse conteúdo, as emissoras legislativas "queimam" boa parte do que produzem porque não possuem espaço físico nem recursos para a compra dos meios adequados de armazenagem.

05. Tecnologia e infra-estrutura

As emissoras legislativas permanecem, em sua maioria, restritas ao sistema a cabo. Mais recentemente, após

muito questionamento no Ministério das Comunicações, começaram a surgir as primeiras outorgas para operação em sinal aberto, concedidas às Assembléias Legislativas do Ceará, do Piauí e do Rio Grande do Norte. Estão em andamento os pedidos das Assembléias de Minas Gerais e Mato Grosso—em fase final—, e de São Paulo, Santa Catarina e Rio Grande do Sul, ainda sem informação. Além deles, estados como Tocantins e Amazonas encontram dificuldades em fazer tramitar os respectivos projetos.

As TVs Câmara e Senado, como poderes outorgantes, vinculados à União, possuem canais consignados e iniciam o trabalho de expansão em sinal aberto, já operando no Distrito Federal. O Senado, recentemente, começou a instalar transmissores e solicitar reserva de canais nas principais capitais do Nordeste e no Rio de Janeiro e prevê ampliar essa instalação para outras capitais em curto/médio prazo.

Ambas também apostam no modelo de retransmissão por meio de parcerias com as prefeituras municipais. Essa modalidade lhes foi garantida — e negada aos parlamentos estaduais e municipais — pelo Decreto nº 5.371/2005, que instituiu o serviço de Retransmissão Institucional (RTVI).

TV Senado e TV Câmara possuem também capacidade de geração em sinais analógico e digital. As emissoras podem ser sintonizadas diretamente do satélite, sem codificação, portanto aberto a qualquer usuário, através de recepção via parabólica analógica e digital pelo satélite BrasilSat B1. Por serem casas federais, usufruem dos sistemas DTH (Direct-to-Home), por meio das operadoras Sky e Direct-TV, em processo de fusão.

Quanto ao parque tecnológico, as emissoras mais antigas usam o sistema Betacam e iniciam a convergência para padrões digitais de captura e edição de imagens. As mais recentes entraram em operação já com sistemas digitais integrados, usando equipamentos DVCam, DVC-Pro e ainda Mini-DV, em alguns casos não-profissionais. Há notícia, ainda, de uso de equipamentos Super VHS e até VHS, em algumas Câmaras Municipais. À medida que a experiência produz resultados, o parque vai se modernizando, naturalmente obedecendo à velocidade dos investimentos.

Algumas casas estaduais, a exemplo das federais, utilizam o segmento de satélite digital, em sua maioria, para transmitir seu sinal à recepção das provedoras de cabo no interior dos respectivos Estados. Mais recentemente o satélite tem sido usado para a retransmissão em algumas localidades, em canal aberto. Há também acordos operacionais com emissoras educativas para retransmissão ou repetição da programação.

06. Migração digital

As emissoras legislativas aguardam uma definição mais clara sobre a possibilidade de transmissão digital. O Decreto nº 5.820, de 2006, institui quatro canais federais, um dos quais denominado Canal da Cidadania. A indicação de que esse canal seria utilizado pelas emissoras institucionais, entre as quais se incluem as legislativas, parece-nos extremamente vaga para uma configuração definitiva de projetos e investimentos. Será preciso definir quando e como esse canal será utilizado, se adotará a figura de um operador de rede e se comportará a produção jornalística, que é a essência das emissoras legislativas: as transmissões integrais e ao vivo das reuniões do Parlamento.

Com os decretos de outorga que concedem às emissoras legislativas canais abertos, presume-se, também, que as geradoras educativas/legislativas passem a ter direito a um canal digital operando paralelamente ao canal analógico, cumprindo os prazos estabelecidos recentemente pelo Ministério das Comunicações para essa transição. Confirmada esta tendência, cria-se uma situação nova de investimentos, mas também de oportunidades para essas emissoras, como alternativa para a transmissão ao vivo simultânea de mais de uma reunião do Legislativo. Uma demanda real do Senado, da Câmara Federal e de algumas Assembléias Legislativas.

Sobre esse tema, é preciso considerar, ainda, o substitutivo do Deputado Federal Arolde de Oliveira, que se encontra na Comissão de Ciência, Tecnologia, Comunicação e Informática da Câmara dos Deputados, ao Projeto de Lei nº 7.096/2006, do Conselho de Altos Estudos e Avaliação Tecnológica, que assegura a outorga de canais no Sistema Brasileiro de Televisão Digital (SBTVD) para TVs públicas e prevê como uma de suas fontes de financiamento os recursos do Fundo de Fiscalização das Telecomunicações (Fistel), para a construção da rede digital de TVs públicas.

Para sanar deficiências do projeto, segundo a TV Câmara, foi apresentado o substitutivo ao Projeto de Lei nº 7.096/06, que já absorve os quatro canais de acesso público criados pelo Decreto nº 5.820, destina mais três para TV Câmara, TV Senado e TV Justiça e prevê a inserção dos canais legislativos de âmbito estadual e municipal (a informação coincide com notícia atribuída ao ministro das Comunicações, Hélio Costa, segundo a qual o Ministério das Comunicações publicou dia 16/10/2006, uma portaria para criar dez canais públicos de TV Digital, usando os canais de 60 a 69 para iniciar um procedimento de redes públicas de televisão).

Do ponto de vista da totalidade das emissoras legislativas, o substitutivo ao projeto 7096/06 mantém o mesmo vício detectado no decreto que estabeleceu as RTVIs. Da mesma forma em que o decreto das RTVIs não se refere aos poderes estaduais, o substitutivo mencionado fere a pretendida autonomia dos poderes estaduais e municipais quanto à execução do serviço de radiodifusão ao atrelar a gestão do canal digital aos órgãos federais. Também não considera o fato de que, vencido o prazo de transição em que os canais analógicos e digitais deverão conviver, sobrecarregando o espectro, haverá sobra de canais digitais para ocupação, inclusive pelo poder público.

07. Financiamento

Por estarem vinculadas ao modo de administração das casas legislativas, as emissoras legislativas dependem fundamentalmente do orçamento do Poder Legislativo. Como o controle e a execução orçamentária interna cabe à Mesa Diretora desses poderes, a destinação dos recursos passa a depender também da vontade dos membros da Mesa e da disponibilidade orçamentária.

Por representarem ainda uma novidade e, por conseguinte, uma nova e dispendiosa cultura, muitas casas legislativas enfrentam dificuldades relativas à burocracia interna. Liberar recursos para compra de maquiagens, por exemplo, é algo que jamais passou pela cabeça do burocrata de plantão. Isso para ilustrar, de forma rasa, o grau de dificuldade que os gestores dessas novas emissoras enfrentam para conseguir a liberação de recursos e os processos de compra na tentativa de construir uma imagem televisiva minimamente aceitável.

A discussão sobre a abertura para novas fontes de financiamento, que não sejam os recursos públicos orçamentários ou relacionados a fundos públicos, enseja um razoável e infindável debate ético sobre a conveniência da presença de patrocinadores privados, mesmo que seja por meio dos apoios culturais, numa Casa que eventualmente possa estar discutindo matérias de interesse daquele mesmo patrocinador.

08. Relações internacionais

As experiências internacionais relatadas referem-se às TVs Câmara e Senado, especialmente no âmbito da TV Brasil — Canal Integración, inaugurada em 2005, com objetivo de integrar as produções culturais e informativas da América Latina. Trata-se de um canal brasileiro, público e internacional que já pode ser visto em sete países: Colômbia, Peru, Costa Rica, El Salvador, Uruguai, Venezuela e Guatemala. Até o momento, 23 operadoras de TV a cabo (*cableros*) podem retransmitir os documentários, as reportagens especiais, os shows e as entrevistas produzidas pela TV Câmara e pela TV Senado. Outras 117 emissoras têm autorização para retransmitir qualquer programa produzido pela TV Câmara.

A programação da TV Câmara também pode ser assistida por telespectadores de diversos países. Mais de 48 parcerias com instituições e emissoras estrangeiras viabilizam a exibição de programas legendados ou dublados no exterior.

Acordos de cooperação já foram firmados com a Telesur e a TV Assembléia da Venezuela. A TAL — Televisão da América Latina, criada para captar, transmitir e distribuir gratuitamente programas produzidos nessa região, também é parceira. Em novembro de 2006, o canal francês CLP TV — Canal de Língua Portuguesa, começa a retransmitir programas da TV Câmara. O canal será destinado aos lusófonos residentes na Europa.

III - ESTATUTO DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE TELEVISÕES E RÁDIOS LEGISLATIVAS - ASTRAL

CAPÍTULO I Dos fins e da constituição

Art. 1º. A Associação Brasileira de Televisões e Rádios Legislativas (ASTRAL), fundada em 13 de julho de 2003, terá duração por tempo indeterminado, sede e foro na Rua Planetoides, 218, bairro Santa Lúcia, na cidade de Belo Horizonte, Minas Gerais.

Art. 2º. A associação congrega as emissoras de rádio e televisão mantidas pelos Poderes Legislativos das esferas federal, estadual e municipal, por meio de seus representantes legais, e destina-se a:

I - representar o interesse das emissoras de rádio e televisão legislativas junto a poderes, órgãos e associação públicas;

II - estabelecer o intercâmbio técnico e a troca de experiências entre os veículos de comunicação das casas legislativas;

III - criar um núcleo de cooperação técnica para dar suporte à implantação, gestão e expansão dos canais de rádio e de televisão legislativa;

 IV - estimular a criação e o funcionamento das emissoras de rádio e televisão legislativas em todas as unidades da federação;

V - promover o debate sobre o papel desses veículos de comunicação como instrumento de transparência das ações do Poder Legislativo, de aprimoramento do sistema democrático e do exercício da cidadania;

VI - promover anualmente um seminário sobre rádio e TV legislativa.

VII - promover e estimular a realização de cursos, palestras e treinamentos para os profissionais do setor;

VIII - criar e organizar arquivos contendo informações e

bancos de dados, de som e de imagens que possam ser compartilhados entre os associados.

Art. 3º. São órgãos da ASTRAL:

I - A Assembléia Geral;

II - A Diretoria Executiva:

III - O Conselho Superior;

IV - O Conselho Fiscal.

CAPÍTULO II DA ADMINISTRAÇÃO

Art. 4º. A ASTRAL será administrada pela Diretoria Executiva, composta de:

I - Presidente;

II - Vice-Presidente:

III - 1º Secretário:

IV - 2º Secretário:

V - Tesoureiro.

Art. 5º. A Diretoria Executiva será eleita por dois anos, e deverá prestar contas de sua administração anualmente. *Parágrafo único*. A eleição se dará em Assembléia Geral Ordinária realizada, preferencialmente, na sede da associação.

Art. 6°. Compete ao Presidente da ASTRAL:

 I - presidir e representar a associação em juízo ou fora dele;

II - manter estreita sintonia com os propósitos das Casas
 Legislativas que representa;

III - assinar atos, resoluções e toda a correspondência oficial da associação;

 IV - submeter ao Conselho Superior e ao Conselho Fiscal o relatório das atividades desenvolvidas pela associação;

 V - criar e supervisionar o núcleo de cooperação técnica para dar suporte à implantação, gestão e expansão dos canais de televisão legislativa; VI - assinar conjuntamente com o Tesoureiro os documentos financeiros, contábeis e contratuais da associação;

VII - contratar e demitir funcionários;

 $\textit{VIII}- \texttt{convocarassembl\'eias} \ \textit{gerais}, \textit{ordin\'arias} \ \textit{e} \ \textit{extraordin\'arias};$

IX – estabelecer a comunicação permanente entre os integrantes da ASTRAL e entre ela e instituições parceiras.

Art. 7º. Compete ao Vice-Presidente substituir o Presidente nas ausências e impedimentos e no exercício das funções que lhe forem por ele delegadas.

Art. 8º. Compete ao 1º Secretário:

I - secretariar as reuniões da Diretoria Executiva;

II-elaborar minutas de relatórios e documentos, quando solicitado;

III - elaborar as atas das reuniões da Diretoria Executiva;

IV - assinar com o Presidente os atos e resoluções da associação;

V-colaborar com o Presidente no gerenciamento administrativo da associação;

 W - manter atualizado o cadastro das instituições com as quais a ASTRAL mantém parcerias.

Art. 9º. Compete ao 2º Secretário substituir o 1º Secretário nas suas ausências e impedimentos.

Art. 10°. Compete ao Tesoureiro:

I - assinar em conjunto com o Presidente os cheques emitidos pela associação;

II - assinar conjuntamente com o Presidente os documentos financeiros e contábeis;

III - elaborar os relatórios financeiros e de prestação de contas a serem apresentados ao Conselho Fiscal.

CAPÍTULO III Da assembléia geral

Art. 11. A Assembléia Geral da ASTRAL é o seu órgão máximo.

§ 1º A Assembléia Geral Ordinária será realizada, anualmente, para a apreciação de suas contas, sendo convocada por carta, fax, correio eletrônico ou através de publicação de edital em jornal de circulação nacional, com antecedência mínima de 15 dias.

§ 2º A eleição e posse da Diretoria Executiva e do Conselho Fiscal serão realizadas a cada dois anos, após a eleição da primeira Diretoria, em reunião convocada para essa finalidade.

§ 3º As assembléias gerais extraordinárias serão realizadas sempre que convocadas pelo Presidente ou por no mínimo um quinto dos associados, com antecedência de, pelo menos, 15 dias, especificando-se a pauta dos assuntos a serem deliberados.

§ 4º A Assembléia Geral será presidida pelo Presidente da Diretoria Executiva.

Art. 12. Compete à Assembléia Geral:

I - reformar o estatuto da ASTRAL;

II - eleger a Diretoria Executiva e o Conselho Fiscal;

III - deliberar sobre a prestação de contas da Diretoria Executiva, apresentada com o parecer do Conselho Fiscal;

IV - deliberar sobre a forma de contribuição de seus associados:

 V - aprovar o relatório de atividades e o cronograma de trabalho para o exercício seguinte;

VI - decidir sobre matérias para as quais tenha sido convocada;

VII - deliberar sobre a compra, venda, alienação e oneração de bens imóveis;

VIII - dissolver a associação e decidir sobre o seu patrimônio, observando os dispositivos do presente estatuto:

IX - destituir toda a Diretoria, e o Conselho Fiscal, ou parte deles, pelo voto concorde de dois terços dos presentes à Assembléia especialmente convocada para esse fim, presente a maioria dos associados, em primeira convocação, ou um terço, nas convocações subsegüentes.

Art. 13. As deliberações da Assembléia Geral serão tomadas pelo voto da maioria dos presentes, respeitada a presença de, no mínimo, um terço dos membros da ASTRAL, em primeira convocação, ou qualquer número, em segunda convocação.

§ 1º Cada instituição integrante da ASTRAL terá direito a

§ 2º 0 presidente, além do voto comum, terá o voto de desempate.

CAPÍTULO IV DO CONSELHO SUPERIOR

Art. 14. O Conselho Superior da ASTRAL é formado por um parlamentar designado pelo presidente de cada Casa Legislativa com representação na associação e por um vereador de cada Estado, representando o conjunto de Câmaras Municipais.

 \S 1° 0 presidente do Conselho Superior será eleito por seus integrantes.

§ 2^o O Conselho Superior reunir-se-á ordinariamente sempre que convocado por seu presidente.

Art. 15. Compete ao Conselho Superior apresentar propostas a serem discutidas pela ASTRAL e apresentar parecer sobre as propostas que lhe forem confiadas para análise pela Diretoria Executiva.

CAPÍTULO V DO CONSELHO FISCAL

Art. 16. O Conselho Fiscal é composto de seis membros integrantes da ASTRAL, sendo três titulares e três suplen-

tes, eleitos em Assembléia Geral, para o mesmo período de mandato da Diretoria Executiva.

- § 1º 0 presidente do Conselho Fiscal será eleito entre seus membros titulares e suplentes. No caso de empate, será eleito o mais idoso.
- § 2º 0 Conselho Fiscal reunir-se-á extraordinariamente quando convocado por seu presidente.
- **Art. 17**. Compete ao Conselho Fiscal apreciar o relatório financeiro da Associação e apresentar parecer.

CAPÍTULO VI DAS ELEIÇÕES

Art. 18. Proceder-se-á às eleições mediante escrutínio, elegendo-se sucessivamente a Diretoria e o Conselho Fiscal.

Parágrafo único. Deverão ser apresentadas chapas separadas para a Diretoria e para o Conselho Fiscal.

- **Art. 19**. As eleições far-se-ão através de voto, secreto e direto, sendo eleitas as chapas que obtiverem maioria absoluta de votos.
- § 1º No caso de não ser obtida a maioria absoluta para uma das chapas, proceder-se-á a segunda votação, concorrendo somente as duas chapas que tiverem alcançado maior número de votos na primeira votação.
- § 2º As chapas serão apresentadas até o início da votação, que se fará em horário determinado pelo Presidente, no ato de instalação da Assembléia.
- § 3º Para inscrever-se a qualquer dos cargos eletivos, o candidato deverá estar presente.
- § 4º Havendo chapa única, o plenário poderá decidir por aclamação.
- § 5º 0 conjunto de câmaras municipais associadas terá direito a um voto através de um representante por elas indicado em cada estado.

CAPÍTULO VII DOS ASSOCIADOS

Art. 20. O quadro social será constituído por:

 I - sócios fundadores - as instituições signatárias da ata de fundação da associação;

II - sócios - as instituições que se filiarem posteriormente.

Art. 21. São direitos dos associados quites com suas obrigações sociais:

I - votar e ser votado para os cargos eletivos;

II - tomar parte nas assembléias gerais;

III - Usufruir dos produtos e benefícios instituídos pela associação;

Art. 22. São deveres dos associados:

I - cumprir as disposições estatutárias e regimentais;

II - pagar em dia as contribuições estabelecidas pela Assembléia-Geral;

III - acatar as determinações da Diretoria.

- § 1º O associado poderá ser excluído da associação por decisão da maioria dos presentes em Assembléia Geral convocada para este fim.
- § 2º As obrigações financeiras dos associados com a ASTRAL serão cobradas através de anuidades a serem pagas até o último dia útil do mês de fevereiro.
- § 3º 0 conjunto de Câmaras Municipais associadas será responsável pelo pagamento de uma anuidade, por Estado, nos termos previstos neste artigo.
- **Art. 23**. Os associados não respondem, nem mesmo subsidiariamente, pelas obrigações da Associação.

CAPÍTULO VIII Do patrimônio social

Art. 24. O patrimônio social da ASTRAL será constituído:

I - de subvenções, donativos e contribuições dos associados;

II - dos bens móveis e imóveis que a associação possua

ou vier a possuir;

III - de quaisquer outros valores adventícios.

CAPÍTULO IX DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

Art. 25. O presente estatuto só poderá ser reformado em reunião da Assembléia Geral, convocada especialmente para esse fim, mediante a aprovação de, no mínimo, dois terços dos presentes, presente a maioria dos associados, em primeira convocação, ou um terço, nas convocações subseqüentes.

Art. 26. Os integrantes da Diretoria Executiva e os demais associados da ASTRAL não recebem remuneração de espécie alguma.

Art. 27. A ASTRAL será extinta quando assim deliberar a Assembléia Geral Extraordinária, para esse fim especialmente convocada, com a presença mínima de dois terços dos associados, e aprovação de três quintos dos presentes. *Parágrafo único*. Extinta a associação, o seu patrimônio será revertido em favor de uma instituição de caridade, designada pela Assembléia Geral.

Art. 28. Aplicam-se nos casos omissos as disposições previstas para os casos análogos e, não as havendo, os princípios do Código Civil.

O presente estatuto foi modificado pela Il Assembléia Geral Ordinária, realizada no dia 3 de dezembro de 2004.

Belo Horizonte, 3 de dezembro de 2004.

Rodrigo Barreto de Lucena

Presidente da ASTRAL

ABCCOM Associação Brasileira de Canais Comunitários

Histórico da Associação Brasileira de Canais Comunitários (ABCCOM).

I - Apresentação do Setor

Os canais comunitários foram criados pela Lei Federal nº 8.977/95 — Lei de TV a Cabo —, que deu origem aos chamados Canais Básicos de Utilização Gratuita como forma de contrapartida social dos operadores de cabo. A legislação criou os canais comunitários para serem utilizados por organizações não-governamentais, contudo sem prever a viabilidade econômica desse novo veículo de comunicação.

A sociedade civil organizada, principal artífice no processo de democratização dos meios de comunicação, passou a ocupar esses canais previstos em lei e transformar em realidade as letras da legislação.

As primeiras cidades brasileiras a ocupar seus canais comunitários foram Brasília, Porto Alegre, São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte e São José do Rio Preto, todos com data de nascimento no ano de 1997.

Em janeiro de 2000, os canais comunitários existentes no estado de São Paulo resolveram criar a primeira entidade representativa do setor. Reunidos em Marília, a 500 quilômetros da capital, os canais comunitários de São Paulo, Santos, Campinas, Sorocaba, São José do Rio Preto e da cidade anfitriã criaram a Associação dos Canais Comuni-

tários do Estado de São Paulo (ACESP). A partir daquele momento o setor começava a se organizar.

No fim do mesmo ano, na capital paulista, reuniram-se representantes de vários canais comunitários em operação no país, cerca de 25 à época. E, na ordem do dia, estava a criação de uma entidade representativa nacional. Como não houve consenso a respeito da formatação estatutária nem sobre seus dirigentes, resolveu-se, em nome da unidade nacional, adiar a criação da ABCCOM.

Em meados de 2001, os canais comunitários em operação no país, cerca de 35 à época, voltam a reunir-se e fundam a Associação Brasileira de Canais Comunitários (ABCCOM). A entidade nasce representativa, com a participação de quase todos os canais existentes, exceto Porto Alegre, que filia-se em 2004.

II - EIXOS TEMÁTICOS

01 - Missão e Finalidade

A ABCCOM tem por missão principal representar os canais comunitários nas relações com o Poder Público, ser porta voz de seus anseios, principalmente no Ministério das Comunicações, Anatel e Congresso Nacional. Hoje são cerca de 70 canais comunitários, que podem chegar a 203, o mesmo número de empresas de TV a cabo em operação no país. Todos atuam em conjunto, por meio de suas associações gestoras, promovem intercâmbio de experiências e esclarecem dúvidas jurídicas advindas da legislação do setor.

Entre as questões centrais a serem tratadas pelo setor estão o financiamento público para canais comunitários, por meio da criação de um fundo nacional de apoio e desenvolvimento da mídia comunitária e pública, transmissão do sinal de canal comunitário nas operadoras de TV a cabo, que já operam em tecnologia digital, e acesso também à onda aberta.

02. Legislação da TV a cabo

O arcabouço legal que trata de canais comunitários é formado por uma lei federal, um decreto regulatório e uma norma operacional, editada pela Anatel.

2.1 - A Lei nº 8.977/95 é bastante genérica e só trata de canal comunitário para promover sua criação no Artigo 23, alínea "g", ora transcrito:

Art. 23. A operadora de TV a cabo, na sua área de prestação de serviço, deverá tornar disponíveis canais para as seguintes destinações:

g) um canal comunitário aberto para utilização livre por entidades não-governamentais e sem fins lucrativos;

2.2 - O Decreto nº 2.206/97 trata da entrega do sinal de canal comunitário:

a) Art. 59. As entidades que pretendem veicular programação nos canais previstos nas alíneas de "b" a "g", inciso I, do art. 23 da Lei nº 8.977/95, a despeito de terem asseguradas a utilização gratuita da capacidade correspondente do sistema de TV a cabo, deverão viabilizar, às suas expensas, a entrega dos sinais no cabeçal de acordo com os recursos disponíveis nas instalações das operadoras de TV a cabo.

2.3 - Gestão e programação dos canais

a) Art. 63. A programação do canal comunitário, previsto na alínea "g", do inciso I do art. 23, da Lei nº 8.977/95, será

constituída por horários de livre acesso da comunidade e por programação coordenada por entidades não-governamentais e sem fins lucrativos, localizadas na área de prestação do serviço.

- b) Já a Norma Operacional 13/97 que trata da menção de patrocínio nos canais comunitários, aborda novamente a programação e sugere a forma de ocupação deste canal pelo terceiro setor.
- c) A lei prevê que o canal comunitário deverá ter a sua programação estruturada em conformidade com uma grade que incluirá programação seriada e horários de livre acesso.
- d) Nas localidades da área de prestação do serviço, permite a lei, poderá ser instituída entidade representativa da comunidade que coordenará a estruturação desta programação.

03. Legislação e marco regulatório

O que está em vigor hoje e a nova redação que propomos referente à Norma n° 13/96 Rev/97 - Norma Complementar do Serviço de TV a Cabo.

3.1 - Ocupação dos canais

Em vigor — O item 7.2 diz que "os demais canais básicos de utilização gratuita e os canais para prestação eventual e permanente de serviços deverão estar disponíveis desde o início da operação do serviço".

Nova redação: -7.2 - Os demais canais básicos de utilização gratuita e os canais para prestação eventual e permanente de serviços deverão estar disponíveis desde o início da operação do serviço, seja ele prestado em tecnologia analógica ou digital.

3.2 - Publicidade

Em vigor - 0 item 7.2.1 diz que "É vedada a publicidade

comercial nos canais básicos de utilização gratuita mencionados no item 7.2, sendo permitida, no entanto, a menção de patrocínio de programas".

Nova redação - "É vedada a publicidade comercial nos canais básicos de utilização gratuita (mencionados no item 7.2), sendo permitida, no entanto, a propaganda institucional, entendida como comunicação corporativa de interesse público, sem oferta de produtos e/ou serviços, sem menção de cifras e sem apelo de consumo, e produzida nos formatos praticados no mercado de comunicação".

3.3 - Sinal do canal comunitário até a operadora

Em vigor - 0 item 7.3 transfere para os canais o custo de transportar o seu sinal até o *head-end* da operadora. Mas o detalhamento dele, nos subitens 7.3.1 e 7.3.2 estabelece condições diferentes para os canais públicos locais (comunitários, universitários, legislativos) e os canais públicos nacionais (NBR, TV Justiça, TV Câmara, TV Senado). Para os canais locais, o 7.3.1. diz que a operadora deverá transportar o sinal no canal de retorno "desde que haja viabilidade técnica". Mas, para os canais nacionais, o 7.3.2 diz que a operadora simplesmente "deverá" ter antena para receber os sinais transmitidos via satélite, sem qualquer condicionante.

Nova redação, após supressão - 7.3.1 Quando o sinal do canal básico de utilização gratuita for gerado localmente, na área de prestação do serviço, a operador, deverá possibilitar a entrega desse sinal através do próprio sistema de TV a Cabo, mediante utilização de canal de retorno.

3.4 - Número do canal

Em vigor — 0 item 7.5.3 diz que "A operadora de TV a cabo não poderá, arbitrariamente ou unilateralmente, rescindir, alterar ou suspender o contrato com a prestadora de serviço permanente, bem como degradar a qualidade de transmissão ou as condições de manutenção e reparo dos correspondentes canais".

Nova redação - 7.5.3 - 0 disposto no item 7.5.3 aplica-se igualmente aos canais básicos de utilização gratuita e aos canais para prestação eventual e permanente de serviços, independente da existência de contrato entre os seus programadores e a operadora de TV a cabo. £ se houver descumprimento do disposto neste item caberá recurso ao Ministério das Comunicações.

Jutificativa do item 3.2

A publicidade comercial é toda peça publicitária cujo conteúdo editorial vise à aferição de lucro por intermédio de comércio, tal como os formatos de SHOP TOUR, leilões de jóias ou animais, etc. Menção de patrocínio é toda publicidade institucional em formato praticado pelo mercado publicitário nacional que tem a finalidade de patrocinar programas de canais básicos de utilização gratuita, de maneira a promover a sua mensagem para a sociedade. O que a ABCCOM e as entidades gestoras de canais comunitários pretendem é alterar a norma da Anatel para que as emissoras públicas possam ter acesso a uma fonte de renda extremamente valiosa para a sua manutenção e desenvolvimento. Vale destacar que tal normatização não deve ser confundida com a Lei de Radiodifusão Comunitária. A Lei nº 9.612/98 usa a expressão "Apoio Cultural" e possui limitações não empregadas aos canais comunitários.

04. Programação garante o acesso público

De acordo com o diretor da TV Comunitária de Brasília e da ABCCOM, o jornalista Paulo Miranda, o canal comunitário pode ser definido como um "videocassete público", devido à sua vocação de dar vez e voz ao terceiro setor, sem intervenção em seu conteúdo.

Assim, os canais oferecem visibilidade à produção local, feita pelos mais diversos atores sociais, tais como, igrejas, sindicatos, ONGs, ambientalistas, associações de moradores de bairro, entidades sindicais e de servidores públicos, associações de saúde, entidades de defesa dos animais, clubes de serviços, clubes esportivos, instituições

de ensino superior, comunidades étnicas, fundações culturais, escolas e até aos governos municipais, estaduais e federal.

Exige-se apenas respeito aos princípios constitucionais, que em seu artigo 222 condena veementemente na comunicação social a apologia ao crime e ao uso de drogas, além de tipificar como crime a promoção do racismo.

Outros princípios sagrados para os canais comunitários são também previstos pelo Capítulo de Comunicação Social da Constituição e tratam da promoção da regionalização da produção jornalística, artística, educativa e cultural.

Nesse contexto, a programação é constituída das maneiras mais variadas, desde produção independente (a maioria), passando pela produção própria, até o intercâmbio de programação entre os canais.

Um dos melhores exemplos é o Canal Comunitário de São Paulo, que possui a maior grade de programação da América Latina, com cerca de 120 programas.

05. Ocupação dos canais

A meta principal da ABCCOM é dar visibilidade à Lei de TV a Cabo nas cidades onde existem empresas de TV por assinatura a cabo. Sem o conhecimento da lei, os movimentos sociais, os produtores de conteúdo e os segmentos interessados nas emissoras de acesso público, dificilmente vão se organizar em torno do direito estabelecido pela lei de 1995. O segundo passo, é o estímulo para que as pessoas e as instituições façam o investimento financeiro necessário para a ocupação dos canais comunitários. São dois desafios enormes. Mas a instituição e a sua direção apontam soluções. A principal é a destinação de recursos para as TVs Comunitárias. Em primeiro lugar, de uma mídia publicitária governamental de emergência que possibilite a sobrevivência dos canais existentes. Em segundo lugar, há disposição para que um plano de ocupação dos canais existentes possa ser elaborado, desde que haja vontade

política do governo federal e das empresas de TV a cabo em levar adiante a democratização da comunicação por meio da criação de novos meios. E, em terceiro, a solução definitiva por meio da criação de um Fundo Nacional de Apoio e Desenvolvimento da Mídia Comunitária e Pública, a exemplo do existente no Canadá, cujas fontes de financiamento vêm do governo federal e do faturamento das empresas do setor.

06. Tecnologia e infra-estrutura

Todo o patrimônio acumulado pelas TVs Comunitárias no país é fruto do trabalho e suor de pessoas comprometidas com a democratização da comunicação. É um setor que vem crescendo, gerando emprego e renda, atraindo, cada vez mais, o interesse da sociedade, dos jovens, dos estudantes de comunicação e dos apaixonados pelo audiovisual, ainda que sem uma política de Estado clara para o setor. As TVs Comunitárias não existem para o governo federal. A constatação pode ser feita ao acessar os sítios do Ministério das Comunicações e da Anatel. Não há um *link* seguer sobre elas. O Congresso Nacional engaveta todos os projetos referentes ao setor. Enquanto isso, a tecnologia avança, há necessidade de manutenção e de renovação dos equipamentos e não existe incentivo financeiro no mercado para que isso aconteça. Além do mais, os altos custos dos aluguéis e dos impostos são dois outros problemas sérios para as emissoras comunitárias. Tudo isso precisa ser discutido e enfrentado.

07. Conteúdo e escolas de mídia comunitária

O futuro dos canais comunitários passa pelo modelo de mídia comunitária estado-unidense. Nesse modelo, os canais comunitários funcionam como verdadeiros centros de mídia comunitária, com salas de aulas e estúdios de acesso público, nos quais todos podem aprender os segredos, a magia e a arte do "fazer-ser-estar" televisivo. O Brasil pode adotar esse modelo e é isso o que defende a ABCCOM. Dessa forma, brasileiros e brasileiras de todas as idades poderão ter acesso a mais uma atividade de en-

tretenimento, de conhecimento, de educação, de cultura, de informação, de música e de arte, sem baixarias, como estabelecem os princípios constitucionais.

08. Modelo digital

A migração digital entre os canais comunitários se dará em dois momentos. O primeiro diz respeito às operadoras de TV a cabo, que estão promovendo transmissões digitais para seus assinantes. O grande impasse do setor se dá com a maior operadora de TV a cabo no país, a NET Serviços, que, ao fazer a migração do sistema analógico para o digital, por meio de um set up box específico, simplesmente não carrega em seu line-up digital os canais básicos de utilização gratuita, entre eles, o comunitário. O assunto foi parar no Ministério Público Federal que já determinou o carregamento desses canais. Ocorre que a operadora alega que o sinal já está disponível ao assinante através de seu sinal analógico, que num primeiro momento ainda é entregue concomitantemente com o digital através do sistema de TV a cabo. Atualmente a migração do sistema analógico para o digital atinge diretamente três grandes cidades: São Paulo, Porto Alegre e Rio de Janeiro. Para resolver esse problema, a ABCCOM solicitou a intermediação da Anatel e sugeriu que fosse estabelecido um prazo para o carregamento dos canais básicos de utilização gratuita no *lin -up* digital das praças atingidas pela digitalização.

O segundo momento trata do acesso também à onda aberta, por intermédio de uma das várias freqüências que em breve estarão disponíveis graças à adoção da TV digital no Brasil. Por meio do Decreto nº 5.820 de 29 de Junho de 2006, o famoso decreto do SBTVD-T (Sistema Brasileiro de TV Digital — Terrestre), é possível vislumbrar tal solução técnica, tendo em vista a redação dos seguintes artigos:

"Art. 13. AUnião poderá explorar o serviço de radiodifusão de sons e imagens em tecnologia digital, observadas as normas de operação compartilhada a serem fixadas pelo Ministério das Comunicações, dentre outros, para transmissão de:

(...) IV - Canal de Cidadania: para transmissão de programações das comunidades locais, bem como para divulgação de atos, trabalhos, projetos, sessões e eventos dos poderes públicos federal, estadual e municipal.

§ 1º 0 Ministério das Comunicações estimulará a celebração de convênios necessários à viabilização das programações do Canal de Cidadania previsto no inciso IV.

§ 2º 0 Canal de Cidadania poderá oferecer aplicações de serviços públicos de governo eletrônico no âmbito federal, estadual e municipal."

Conforme o texto, embora o Canal de Cidadania seja explorado pela União, o próprio decreto explicita que sua operação será compartilhada. Ou seja, a parte da programação que for destinada às comunidades locais poderá ser operacionalizada por canais comunitários. Tão logo a ABCCOM firme os primeiros convênios, o principal desafio será a aquisição de transmissores digitais e a questão do financiamento.

Ideal mesmo seria que o decreto previsse espaço na TV Digital para todos os canais básicos de utilização gratuita e que eles, em vez de serem explorados pela União, fossem explorados pelos administradores do sinal das TVs comunitárias.

09. Financiamento

O modelo de financiamento dos canais comunitários da Europa e dos Estados Unidos preconiza que uma parte da receita auferida pelo setor de TV paga deva ser destinada aos canais públicos, por meio de grandes fundos nacionais que abrangem desde a infra-estrutura até a produção de conteúdo.

No Brasil, há no Congresso Nacional um projeto de lei que prevê parte de recursos do Fundo de Fiscalização de Telecomunicações (Fistel) para os Canais Comunitários. Após pressão da ABCCOM, o projeto foi aprovado na Comissão de Ciência, Tecnologia e Informática (CCTI). Atualmente, tramita na Comissão de Finanças e Orçamento e aguarda parecer do relator, que, em conversas com a direção da ABCCOM, já manifestou boa vontade em votar favoravelmente ao tema.

Outros caminhos existem. Pode ser da verba publicitária do governo federal, governos estaduais e municipais e também do faturamento bruto das operadoras de TV a cabo.

10. Direção da ABCCOM

Presidente – Fernando Mauro Trezza (São Paulo)

1º Vice- Presidente – Edivaldo Farias (Belo Horizonte)

2º Vice- Presidente – Glauco Souza Lobo (Curitiba)

Diretor de Relações Internacionais — Paulo Miranda (Brasília)

Diretor Financeiro – Renato Gomes Dantas de Andrade (São José dos Campos)

Diretor Técnico – Leonardo Henke (Porto Alegre)

Diretora de Cultura — Luiza Beatriz Pedutti Nogueira (Botucatu)

Diretor de Programação — Fabio Renato Amaro (São José do Rio Preto)

Diretor de Integração – Mario Jefferson Mello (Taubaté)

11. Configuração jurídica e institucional

Apresentação da(s) configuração(ões) jurídica(s) das instituições associadas e a tipificação da vinculação dessas instituições com o 1º, 2º e 3º Setores.

Via de Regra o canal comunitário é juridicamente apresentado através de "Associação de Entidades Usuárias do canal comunitário da cidade tal....", ou seja, um grupo de ONGs que se reúne para dar uma formatação jurídica ao canal comunitário preconizado pela Lei nº 8.977/95.

A criação de entidades usuárias não é obrigatória, visto que a lei não trata do assunto, exceto o decreto regulamentador que diz: "Poderá ser criada entidade representativa da comunidade para organizar sua grade de programação..."

Noventa por cento dos canais comunitários do país têm esta formatação, o que não impede outras, como uma entidade que, isoladamente, solicita o uso deste canal público, desde que o acesso às demais entidades seja respeitado na forma da lei.

Tais Associações de Entidades Usuárias são SEMPRE do terceiro setor, mantendo boa relação com os demais setores institucionais, governo e empresas, através de convênios e acordos, mas nunca através de gestão direta dos canais comunitários.

12. Tecnologia e infra-estrutura

Sistemas operacionais (aberto, cabo, outros)

O canal comunitário, por força de lei, apenas atua com operadoras de TV a cabo.

Modalidades de transmissão:

A transmissão até o momento é analógica, através de fibra ótica ou cabo co-axial, sendo que "a entidade que pretender operar uma canal básico de utilização gratuita deverá entregar seu sinal ao HEAD END da operadora às suas própria expensas", conforme decreto regulatório.

Perfil de alcance do sinal das TVs das instituições associadas (nº de retransmissoras, de municípios atingidos pelo sinal da geradora, de municípios onde se localizam as retransmissoras, de municípios atingidos pelos sinais das retransmissoras).

Não há retransmissoras de canais comunitários. Eles são sempre locais, com capacidade de geração de seu próprio conteúdo. Como não operam em TV aberta, não há a distinção de geradoras e retransmissoras, evento típico de TVs abertas como as educativas associadas à ABEPEC. Assim sendo, os canais comunitários atuam hoje em 82 municípios brasileiros, com cobertura de cerca de 2 milhões de assinantes, ou 8 milhões de telespectadores.

Recepção de sinal de satélite

Pode haver recepção de sinal de satélite em algumas praças por conta de acordos de conteúdo, principalmente com a TV Senado, Sistema Sesc/Senac de Televisão (STV), Amazon SAT, Tele SUR, entre outras. Normalmente este conteúdo é utilizado na madrugada, ficando o dito "horário nobre", reservado às produções locais do terceiro setor da cidade abrangida pelo canal comunitário.

Capacidade de geração (analógico, digital)

Embora em boa parte dos casos a geração já seja digital (Câmera MINI DV), a entrega do sinal se dá de maneira analógica. Isso se explica pelo fato de que mais de 90% das redes de TV a cabo ainda é analógica, ocorrendo a digitalização até 2006 em apenas três cidades: São Paulo, Rio de Janeiro e Porto Alegre. Dessas três praças, apenas São Paulo está se preparando para a entrega de seu sinal digital para a TVA, pela aquisição de um decoder MPEG 2, avaliado em cerca de US\$ 10 mil.

Parque técnico das TVs das instituições associadas

O parque técnico é muito precário em relação a equipamentos. Geralmente são adquiridos equipamentos de segunda mão. Quando a emissora compra equipamentos novos, normalmente não possui fôlego econômico para a manutenção ou a modernização. Basicamente, câmeras digitais MINI DV antigas, luz quente, Mesas de Corte MX-1 Videonics, microfones unidirecionais, cenários precários e ilhas de edição ultrapassadas compõem o parque técnico dos canais comunitários brasileiros. Existem algumas poucas exceções, como São Paulo, Belo Horizonte, Campo Grande e Rio de Janeiro.

Apoio:





Parceiros:









Realização:





Secretaria do Audiovisual Ministério da Cultura



Se, no Brasil, a televisão é o centro de gravidade do espaço público e, por extensão, da própria cultura, a televisão pública é o campo essencial em que a cultura deveria ganhar vida e visibilidade para além dos critérios de mercado. Uma televisão pública forte e criativa só pode existir num ambiente de liberdade, de vias abertas para a diversidade de opiniões e idéias e horizontes mais largos para o pensamento.



