



Ano 4 | # 1 | edição semestral | junho de 2012

Revista editada pela Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação – Intercom

A Diversidade e o Regionalismo na Televisão Brasileira

Sergio Mattos¹

RESUMO

Este artigo tem o objetivo de identificar a diversidade cultural na televisão brasileira, a partir das tendências da ampliação da produção e distribuição de conteúdos nacionais e regionais, dentro do cenário de multiculturalismo e mestiçagem cultural. Discute a diversidade cultural, o processo de descentralização da produção provocado pelo desenvolvimento tecnológico, convergência midiática e a produção de conteúdos multimídia. Apresenta propostas para aumentar a diversidade cultural na TV e conclui que, entre outras coisas, só com um novo marco regulatório, que contemple as questões regionais, pode-se garantir uma maior presença da produção regional nas grades das emissoras.

Palavras Chaves: televisão – diversidade cultural – produção regional – marco regulatório

ABSTRACT

This article aims to identify the cultural diversity in Brazilian television, from the trends of increasing production and distribution of national and regional content, within the scenario of multiculturalism and cultural miscegenation. It discusses cultural diversity, the process of decentralization of production caused by technological development, media convergence and multimedia content production. Presents proposals to increase cultural diversity on TV and concludes that, among other things, only with a new regulatory framework which addresses regional issues, can ensure a greater presence of regional grids in the stations.

Keywords: Television – cultural diversity – regional issues – regulatory framework

RESUMEN

Este artículo tiene como objetivo identificar la diversidad cultural en la televisión

¹ Escritor, compositor, poeta, jornalista e professor. Doutor em Comunicação pela Universidade do Texas, Austin, Estados Unidos (1982).

brasileña, a partir de las tendencias de aumento de la producción y distribución de contenidos nacionales y regionales, en el escenario de la multiculturalidad y el mestizaje cultural. Analiza la diversidad cultural, el proceso de descentralización de la producción causada por el desarrollo tecnológico, la convergencia de medios y producción de contenidos multimedia. Presenta propuestas para aumentar la diversidad cultural en la televisión y concluye que, entre otras cosas, sólo con un nuevo marco normativo que se ocupa de los asuntos regionales, puede garantizar una mayor presencia de las redes regionales en las estaciones.

Palabras claves: Televisión – diversidad cultural – asuntos regionales – marco normativo

Introdução

Com a aprovação da Declaração Universal sobre a Diversidade Cultural pela Organização das Nações Unidas para a Ciência, Educação e Cultura (UNESCO), logo após os atentados terroristas de 11 de setembro de 2001, a Diversidade Cultural passou, com maior intensidade, a ser debatida nos meios Acadêmicos. No ano de 2005, a UNESCO aprovou a Convenção pela Proteção da Diversidade Cultural, afirmando a importância dos bens culturais serem tratados como patrimônio das diversas nações e dos vários segmentos no interior delas.

A partir da própria experiência histórica de 60 anos de existência da televisão no Brasil e considerando a etapa de transição do sistema de transmissão do analógico para o digital, os objetivos deste ensaio são: discutir a diversidade, num conceito mais amplo; identificar propostas para termos uma televisão que traduza a diversidade cultural e a pluralidade de opiniões do país; verificar as tendências de ampliação da produção e distribuição de conteúdos nacionais e regionais, gerando uma maior diversidade e pluralidade na programação televisiva.

Diversidade cultural na TV

O multiculturalismo no Brasil cuja principal característica é a miscigenação dos credos e culturas, ocorre desde a época da colonização. Essa mestiçagem cultural, no entanto, não é devidamente considerada pelos grupos de produção de conteúdos midiáticos que acabam tendendo para o estereótipo e assim contribuindo para a disseminação de preconceitos.

Nas duas últimas décadas a diversidade, pluralidade e multiplicidade cultural brasileira, vem merecendo atenção de muitos estudiosos, contribuindo para uma maior visibilidade dos problemas, das desigualdades e a maneira estereotipada como as culturas regionais são frequentemente retratadas pela mídia televisiva. É complicado e difícil quantificar a diversidade cultural brasileira e mostrar o quanto o que a televisão tem feito é ainda muito pouco, quase inexpressivo, e o que é mais preocupante, é que quando mostrado é feito de maneira preconceituosa. Para quantificar isso, poderíamos, por exemplo, proceder a uma contagem do número de programas culturais de cunho regional ou identificar quais são e como são divulgadas as características de cada região pela televisão para todo o país.

Sabe-se que o que diferencia as culturas são os valores, as identidades e os símbolos. No caso da televisão, as culturas regionais brasileiras são estereotipadas em vários gêneros

de programas, a partir, por exemplo, dos sotaques regionais, das danças típicas, da culinária e dos ritmos musicais regionais, tais como o axé-music (ritmo baiano), do frevo (ritmo pernambucano) o forró (ritmo nordestino), ou pela culinária: a moqueca baiana, o churrasco gaúcho, o pão de queijo mineiro, o baião-de-dois cearense e muitos outros. Até mesmo nos telejornais (programas formadores de opinião), devido aos critérios de noticiabilidade, é apresentado um panorama restrito da diversidade e de expressões culturais regionais.

Como país de dimensões continentais, as distâncias geográficas no Brasil foram encurtadas pela mídia eletrônica (televisão, rádio e Internet). Diferenças culturais regionais, antes pouco conhecidas, passaram a ser reveladas principalmente pela televisão, que se transformou na maior mediadora cultural do país. As transmissões televisivas passaram a controlar as diferenças, transmitindo e tornando comum certos aspectos dessa diversidade cultural brasileira. Ao mesmo tempo, ao transmitir uma programação baseada em informações fornecidas por agências noticiosas, filmes, anúncios, músicas, série televisivas internacionais entre outros, a televisão passou também a ser responsável pelo processo de mundialização de um padrão do que seja cultura, contribuindo para que a produção regional de televisão permaneça sendo restrita a pequenos grupos, com baixa audiência, baixo faturamento e alto custo de produção o que torna inviável sua divulgação em termos nacionais.

Em artigo sobre a diversidade cultural, disponível na internet, Geraldo Moraes dá um exemplo desse problema quando revela que em 2001, as emissoras de televisão do Brasil transmitiram 2.150 filmes. Diante desse dado ele pergunta e responde: “Quantas produções brasileiras foram levadas ao público? Numa rede de televisão aberta, foram veiculados aproximadamente 120 filmes por mês, e dez filmes nacionais em todo o ano. Duas outras só exibiram títulos estrangeiros”.

No ano de 2006 a situação não foi diferente. De acordo com dados da Agência Nacional de Cinema – ANCINE, a produção brasileira também não encontrava espaço na TV paga. No último trimestre de 2006, por exemplo, foram exibidos 3.264 filmes de longa-metragem nos dez principais canais de filmes, sendo que destes apenas 17 eram brasileiros. Este quadro fica ainda mais dramático quando se sabe que apesar do Brasil estar produzindo, nos últimos anos, uma média de mais de 80 longas-metragens por ano², além de centenas de curtas, documentários e dezenas de produções específicas para televisão, o cinema nacional não consegue espaço proporcional à quantidade produzida para exibição nem nas emissoras de canais aberto nem nos canais de TV paga.

A produção nacional e regional de audiovisuais tem sido incentivada com recursos provenientes da renúncia fiscal através de leis, nacionais e estaduais. Entretanto, o que antes se pensou como uma solução acabou se transformando numa aberração e vem também sendo questionada, pois na prática existe uma centralização das verbas destinadas às produções culturais, não permitindo que a diversidade cultural do país tenha visibilidade e ocupe espaço na mídia. Em um levantamento da produção cultural brasileira, realizado em 2005, a pesquisadora Ana Regina Barros, da Universidade do Piauí, constatou que cerca de 80% dos recursos captados nas empresas, usando os incentivos da Lei Rouanet, por exemplo, ficaram na região Sudeste, sendo que destes

² Entre os anos de 1995 e 2003 a média de lançamentos foi de 23 filmes por ano. Em 2004, foram produzidos 47 filmes; em 2005, 39 filmes; em 2006, 58 filmes. A partir de 2007 houve um crescimento na média anual de títulos de longas-metragens lançados no país: Em 2007 foram lançados 82 filmes; em 2008, 77 filmes; e, em 2009, foram lançados 85 novos títulos.

36% só na cidade de São Paulo, enquanto a região Norte do país ficou com apenas 0,5% dos recursos (MORAES,s/d).

Diante desse quadro, inúmeras propostas foram levantadas para corrigir as distorções, destacando-se dentre elas a instituição de uma política de cotas na programação televisiva, casada com um fundo de fomento para as produções audiovisuais. As expectativas da criação de cotas efetivas para a produção nacional estão contidas na nova versão do Projeto de Lei 29/2007, aprovada em setembro de 2009 na Comissão de Defesa do Consumidor (CDC) da Câmara dos Deputados.³ Entretanto, a eficiência de uma política de cotas vem sendo questionada por especialistas porque se destina apenas à TV paga, liberando o setor de TV aberta, além do mais o principal desafio do setor hoje não é o estabelecimento de cotas, mas resolver o impasse entre o desenvolvimento tecnológico e a regulamentação do setor.

Descentralização da produção

Num país cheio de diferenças e de desigualdades culturais como o Brasil, a pluralidade de produção e distribuição de conteúdo tem que existir, mas nossa produção televisiva continua centralizada no eixo Rio-São Paulo, tendo como o maior produtor a Rede Globo que ao longo de seus 45 anos difundiu por todo o país o que Leonardo Brant (2003) classificou como sendo o “carioca way of life”. Continuando Brant diz:

Esse modelo, apesar de difundir o conteúdo nacional, integrar e fortalecer a língua portuguesa, acabou por subordinar todas as formas de manifestação cultural a um perigoso monopólio, um modelo centralizador de produção e distribuição de conteúdos que agora é colocado em xeque. Sabemos o quanto é perverso esse modelo, principalmente quando há interesses político-ideológicos por trás. Sobretudo quando um só conglomerado detém 99,8% de penetração dos lares, 68% da audiência e 75% do bolo publicitário, como é o caso da cadeia de TV em questão [Rede Globo] (BRANT, 2003).

Diante dessa situação, há quase que um consenso generalizado de que a única maneira de se mostrar uma maior diversidade do ponto de vista geográfico é a descentralização da produção. No entanto, os programadores entendem “produção regional” como sendo aquela programação produzida e gerada por uma emissora afiliada dentro da grade nacional dirigida a um público específico em horário nobre.

Como as emissoras de televisão no Brasil estão distribuídas por redes nacionais, as afiliadas a uma rede enfrentam limitações com relação à própria grade. Às afiliadas são concedidas pelas redes nacionais apenas duas alternativas de produção local: 1) produzir e exibir a cobertura jornalística da região nos horários obrigatórios; 2) Exibir programação própria ou permanecer em rede com a programação nacional nos horários optativos.

Vale lembrar que a Constituição de 1988, no capítulo Da Comunicação Social, em seu artigo 221, estabelece as finalidades das emissoras de radiodifusão. Está explícito que a produção das emissoras de rádio e televisão deve atender aos princípios educativos, artísticos, culturais e informativos, promovendo a cultura nacional e regional, além de

³ A mais nova versão do Projeto de Lei 29/2007, de autoria do deputado Jorge Bittar, prevê a definição de uma cota obrigatória de conteúdo nacional – 10% da grade de programação, excluídos noticiário, programas esportivos e religiosos – a ser veiculado na das operadoras de TV a Cabo.

estimular a produção independente. Frisa ainda que a regionalização da produção cultural deve atender a percentuais estabelecidos em lei. O problema é que as leis complementares para o setor até hoje, mais de 20 anos depois de promulgada a Constituição, ainda não foram aprovadas.

Projetos de lei neste sentido, a exemplo do que foi apresentado, em 1991, pela ex-deputada Jandira Feghali (PCdoB-RJ), que pretendia regular a questão, continuam tramitando pelo Congresso Nacional. Em sua versão original, o projeto de Feghali fazia a previsão de que as emissoras reservassem 30% da programação a conteúdos regionais. Depois de aprovado numa comissão da Câmara Federal o texto original sofreu emendas, quando foram estabelecidas cotas de programação local que podiam variar de acordo com o tamanho da cidade. Desde 2003, a tramitação do projeto está parada no Senado (MARTHE, 2009; MATTOS, 2010).

Conteúdos nacionais e regionais

Nos últimos dez anos, o cenário das comunicações sofreu significativa mudança estrutural devido ao desenvolvimento tecnológico que contribuiu para o surgimento de um ambiente de convergência midiática e para a produção de conteúdos multimídia. Isto foi possível graças ao desenvolvimento da internet e da digitalização dos conteúdos de áudio, vídeo e texto. Por meio da Internet pode-se transportar, armazenar e redistribuir produtos audiovisuais, dados de voz (VOIP – voz sobre protocolo de internet).

A convergência tecnológica permitiu uma mudança na relação entre as redes de produtores e transmissores de conteúdos com os prestadores de serviços. Antes, uma rede atuava como suporte para prestação de um único serviço. Agora, com o avanço da tecnologia, constata-se a tendência de uma mesma rede oferecer mais de um serviço. Com a convergência digital o telefone celular, por exemplo, pode ser usado, por qualquer cidadão, para transmissão e recepção da voz, acessar a internet, verificar e-mails, fazer download de músicas, vídeos e filmes, fotografar, assistir programa de televisão, ouvir emissora de rádio, além de armazenar conteúdos e dados. Acrescente-se a isso o fato de que usando o celular, o usuário pode assumir o papel de receptor, transmissor e fonte de informações, rompendo assim alguns paradigmas da comunicação.

Com a implantação da TV e Radio Digital, a perspectiva aponta para um movimento de reestruturação do mercado como um todo, modificando as relações entre radiodifusores, operadoras de telecomunicações e consumidores, além de influenciar no modelo de negócios que se efetivará a partir daí. O avanço da convergência entre as mídias, como TV, internet e telefonia, determinará ajustes em todos os setores inclusive no da legislação específica, porque os setores de radiodifusão e telecomunicações, hoje, são regidos por legislações distintas e precisamos com urgência do estabelecimento de novas regras, um novo marco regulatório.

A partir de 1995, com a chegada da TV por assinatura, da Internet e da telefonia celular, a TV aberta passou a registrar quedas acentuadas, tanto na receita como na audiência. E a solução apontada para essa situação é: valorizar e respeitar a diversidade cultural do país; estimular a atração de audiência nos horários nobres, praticar comerciais que respeitem a diversidade; incrementar a transmissão digital; enfatizar a cobertura jornalística local, a diversidade cultural e a interatividade com o público.

Historicamente, em sua primeira fase de desenvolvimento, entre os anos 1950-1964 a programação da televisão, além de elitista, era essencialmente regional com programas ao vivo, pois na época não existiam transmissão por satélite nem outros equipamentos

mais sofisticados que permitissem a gravação. Coincidentemente, a partir da implantação da TV Globo, chegou ao país o videoteipe, que permitiu a gravação e a exibição de um mesmo programa em várias regiões do país, permitindo à emissora em questão, já nos anos 1970, introduzir a transmissão de uma programação modelo em rede nacional. Naquela época, a Globo era rigorosa no sentido de obrigar as TVs regionais afiliadas a transmitirem a programação nacional e manter o padrão de qualidade (MATTOS, 2010).

Nos últimos cinco anos, com o objetivo de equilibrar os índices de audiência e para atender as demandas por programas regionais, a Globo passou a reservar um espaço em sua programação total, uma média de 12 a 14 horas semanais, para a transmissão das produções regionais, praticamente acompanhando a tendência de suas concorrentes (Record, SBT, Band e Rede TV!), tendo em vista que elas estavam investindo na cobertura local e tirando pontos de sua audiência. A partir daí foi identificado que, se o horário nobre nacional se estende das 18 às 23 horas, o horário nobre regional está concentrado no período das 12 às 14 horas, de segunda a sexta-feira.

Marcelo Marthe (2009), da *Veja*, fez um levantamento dos programas regionais de maior audiência, veiculados no horário nobre regional (das 12 às 14 horas) constatando que:

Em capitais como Macapá e Teresina, além de um bom número de cidades de interior, o percentual de televisores ligados durante esse horário nobre regional fica em torno dos 60% - um índice tão elevado quanto o noturno. Além do jornalismo local, outros dois itens imperam nessa faixa: a programação esportiva e o sensacionalismo. (...) O telejornalismo estilo ‘mundo cão’ é o prato principal do horário do almoço nordestino. Isso se explica pelos altos índices de criminalidade da região. Além de Cardinot, a TV Jornal, em Pernambuco, emprega mais uma estrela do ramo na sua sucursal de Caruaru, cidade de 300.000 habitantes no agreste pernambucano. O [programa] *Sem Meias Palavras* tem como chamariz as entrevistas de porta de delegacia feitas pelo repórter Givanildo Silveira, contrabalançadas por quadros, digamos, comportamentais. (...) Cardinot e Givanildo são verdadeiros gentlemen perto do principal expoente da baixaria baiana, José Eduardo Figueiredo Neves, o Bocão. O programa *Se liga Bocão* - da TV Itapoan, parceira da Record no estado - apresenta imagens chocantes de atropelamentos, assaltos e cadáveres. Boa parte desses flagrantes é captada por espectadores munidos de celulares. (...) As produções regionais não vivem apenas das aberrações. Contrariando a surrada teoria esquerdista de que a TV ‘padroniza’ a cultura, vários programas fazem sucesso investindo nas particularidades de cada lugar. Tanto a gaúcha RBS quanto a pernambucana TV Jornal produzem especiais de teledramaturgia. (...) Ligadas a grupos que controlam as afiliadas da Globo em suas regiões, a Amazon SAT, de Manaus, e a TV Diário, de Fortaleza, oferecem programação 100% regional. E já a levaram de graça, via satélite, para além de seus estados. Tempos atrás, por pressão da Globo, a Amazon SAT deixou de ter seu sinal liberado para antenas parabólicas. Sob a mesma justificativa - a de que fazia concorrência desleal com as TVs dos estados vizinhos - a TV Diário voltou a ser transmitida

apenas no Ceará. Essa última produz o humorístico *Nas Garras da Patrulha*, cujos bonecos toscos – como o personagem Coxinha – ganharam notoriedade no *You Tube*. Outro de seus programas, o *Forrobodó*, propulsionou a carreira da maior estrela da TV local cearense, o apresentador e empresário Tony Nunes (MARTHE, 2009).

O debate sobre a regionalização da produção audiovisual tem merecido a atenção de vários pesquisadores e de instituições, a exemplo do Observatório do Direito à Comunicação (OCB) que, em 2009, promoveu um estudo, “Produção Local na TV Aberta Brasileira”, com o objetivo de medir a presença de conteúdos regionais na TV aberta brasileira. O estudo envolveu 58 emissoras em 11 capitais das cinco regiões brasileiras e chegou à conclusão de que apenas 10,83% do tempo veiculado é ocupado com conteúdo de origem local:

A emissora com maior tempo dedicado a conteúdos locais é a Paraná Educativa, sediada em Curitiba e vinculada ao governo do Paraná, que preenche 50% de sua grade com atrações produzidas naquela cidade. Em seguida vem a TV Rondon, afiliada da Rede TV! em Cuiabá (MT), com 45%, a pública Rede Minas, com 34,32% , e as gaúchas TV Pampa, afiliada à Rede TV!, com 26,5%, e a também pública TVE RS, com 22,82%. Entre as 10 emissoras com melhor desempenho na análise, evidencia-se a presença das regiões Sul e Nordeste, com três televisões cada uma. (...) Tais dados revelam a disparidade entre as emissoras públicas e comerciais. As primeiras reservam, em média, 25,5% de sua grade para conteúdos realizadas em suas cidades. (...) Já as redes comerciais ficam abaixo da média nacional, reservando a média de 9,14% de suas grades de programação para conteúdos locais. Para especialistas entrevistados na pesquisa, tal quadro é resultado dos condicionantes políticos e econômicos impostos pelo modelo centralizado de rede. Um problema dos contratos de afiliação é o tempo pré-estabelecido pelas cabeças para a produção regional. Outra dificuldade é o alto risco de retorno financeiro, que muitas vezes leva as emissoras a nem sequer preencher o pouco tempo permitido pelas cabeças” (OBC, 2009).

O estudo promovido pelo OCB constatou também que dentre as redes nacionais, a que obteve o maior percentual de programação regional foi a Rede Pública, com 25,55%, enquanto dentre as comerciais a que obteve melhor índice foi a Rede TV!, com 12,2%, seguida da Record, com 11,2%. A Rede CNT obteve média de 9,12%; a SBT ficou com 8,6%; a Rede Bandeirantes com 8,56%; e a Rede Globo, em último lugar, com média de 7% de programação regionalizada. De acordo ainda com o estudo, dentre os conteúdos analisados o que apresentou maior presença foi o gênero jornalístico, seguido por entretenimento e pelos programas culturais.

Quando o estudo concentrou suas atenções à produção e veiculação de programas locais por regiões constatou que a região com melhor média de produções locais foi o Sul, com 13,92%. A região Centro-Oeste, com 11,66% aparece em segundo lugar. A região Norte ficou com 9,1%; a região Nordeste com 9,8%; e o Sudeste com 9,19%. Baseado nas evidências obtidas o Observatório do Direito à Comunicação – OCB, concluiu que:

o resultado mostra que a presença de produções locais não está diretamente ligado ao peso dos mercados. Apesar de utilizar uma mostra de 58 dentre as 421 geradoras de televisão existentes no país, o estudo 'Produção Local na TV Aberta Brasileira' traz importantes elementos para entender a realidade da televisão brasileira. A julgar pela estrutura vertical das redes de televisão, a extensão de suas análises para todas as capitais ou para as geradoras no interior poderia certamente apresentar um quadro mais completo, mas dificilmente iria alterar radicalmente a evidência da desvalorização da cultura regional pelas emissoras de TV nacionais (OCB , 2009).

Propostas para aumentar a diversidade cultural na TV

A Empresa Brasil de Comunicação (EBC) foi criada em 2007 com o objetivo de implantar e gerir canais públicos de comunicação, tais como a TV Brasil, a televisão pública de caráter nacional. A criação da TV Pública era uma antiga reivindicação dos que lutam pela democratização das comunicações.

O serviço público de televisão caracteriza-se como uma das formas de realização dos direitos às liberdades de expressão, de informação, de cultura, de educação e do direito à comunicação social. Para que a TV Brasil tenha maior efetividade na democratização das comunicações, contribuindo ainda mais para a diversidade cultural e a valorização da produção regional, assegurando sua transmissão, sugere-se: que a transmissão da TV Brasil seja obrigatória em todas as cidades brasileiras; que a TV Brasil amplie a divulgação dos conteúdos regionais e independentes na grade de sua programação da TV pública; que as emissoras públicas, incluindo-se aqui as educativas mantidas pelos Estados e pela União, operem em rede nacional, possibilitando assim a produção e distribuição integrada dos conteúdos; que a multiprogramação seja implementada na TV pública digital tendo em vista que a tecnologia digital permite a transmissão simultânea de múltiplos programas e se isto for efetivado poderá possibilitar melhor aproveitamento da produção regional com sua distribuição assegurada.

Audiovisual – Apesar do Audiovisual já apresentar uma produção de qualidade, deve-se continuar estimulando o setor no sentido de reforçar e transformar o Brasil num grande produtor de conteúdos. O problema que se apresenta no momento é o de como distribuir o conteúdo produzido. Embora a Constituição de 1988 estabeleça a regionalização da produção cultural e a distribuição do conteúdo na programação das emissoras regionais, o artigo 221 da Carta Magna não está sendo cumprido por falta de regulamentação específica que garanta os percentuais de regionalização. A produção audiovisual já conta com o estímulo econômico concedido pelo Estado, mas faltam os canais de distribuição. Exatamente por isso, para fortalecer a produção independente e regional do audiovisual, é preciso debater e assegurar espaço para a produção regional nas emissoras de televisão aberta e na TV por assinatura.

A produção audiovisual de qualidade, entretanto, só será viabilizada se as plataformas pagas de distribuição desses conteúdos forem organizadas de modo a garantir a distribuição de conteúdos originados de todas as regiões do país. Para tanto é necessário que nenhum grupo econômico detenha o controle de mais que 25% da grade de programação de toda e qualquer plataforma de distribuição, seja ela TV a cabo, DTH, MMDS, televisão pelo celular entre outros.

As outorgas de rádio e TV têm sido apontadas como um dos principais problemas para a democratização das comunicações devido à alta concentração de meios nas mãos de uns poucos grupos empresariais. Vale dizer que no artigo 220 da Constituição está prevista regulamentação da proibição a monopólios e oligopólios nos meios de comunicação, sem, no entanto, determinar como isto será cumprido e sem apresentar limites a atuação de uma mesma empresa em várias etapas da indústria de comunicação, por exemplo, produzindo e distribuindo conteúdos.

Apesar do artigo 54 da Constituição proibir a propriedade de rádios e TVs por políticos, o setor apresenta também uma alta concentração de veículos nas mãos de políticos, que já estão obtendo outorga até de canais tidos como educativos. A legislação deve ser cumprida.

Radiodifusão – Considerando que a Radiodifusão é um serviço público, o processo de outorga e renovação deve cumprir o que está previsto na Constituição nacional, aperfeiçoando-se o sistema de tramitação dos processos que devem ter mais agilidade e transparência. Para que o serviço continue a ser prestado gratuitamente, a viabilidade econômica do setor deve ser garantida, principalmente devido à competição de novas plataformas que, por serem pagas, têm outras formas de faturamento além da publicidade.

A situação atual do setor de radiodifusão brasileira, principalmente na mídia televisiva, apresenta-se como de monopólio. No entanto, um perigo maior ronda o setor que é o de ter a TV e as telecomunicações em geral dominadas por um monopólio mais poderoso e ainda por cima estrangeiro. Isto se deve ao fato do aval da Anatel para empresas estrangeiras poderem operar TV por assinatura via satélite (DTH).

Com a chegada da tecnologia digital, a multiprogramação na TV digital aberta deve ser autorizada e estimulada, pois com ela se pode multiplicar as possibilidades de distribuição de conteúdos, principalmente aqueles produzidos por produtores independentes em regiões fora do eixo Rio-São Paulo.

Considerando as dificuldades de sustentabilidade das rádios e TVs comunitárias, sem fins lucrativos, sugere-se: a criação de um fundo de financiamento que garanta a operacionalização dessas emissoras nas comunidades; a distribuição de conteúdos, produzidos inclusive por universidades, por meio de rádios e TVs comunitárias, deve ser fomentada; a reserva de canais, bandas ou frequências diferentes, inclusive no processo de digitalização dos sistemas de radiodifusão, para as rádios e TVs comunitárias; e, o fim da proibição de veiculação de publicidade nas rádios e TVs comunitárias e que as mesmas passem a receber um percentual da publicidade oficial.

Considerações gerais

Para aumentar a quantidade de horas e de programas regionais nas emissoras de TV, garantindo a diversidade cultural regional sem a preocupação exclusiva de atrair grandes audiências, além de assegurar espaços para a transmissão das produções independentes nas grades das emissoras, é de fundamental importância a regulamentação do Artigo 221 da Constituição brasileira.

Outro Artigo da Constituição de 1988 que precisa ser regulamentado é o Art. 223 que trata da outorga, renovação de concessão, permissão e autorização de serviços de radiodifusão e sons e imagens, “observado o princípio da complementaridade dos

sistemas privado, público e estatal.” Só a partir da Lei nº 11.652, de 7 de abril e de 2008 que criou a Empresa Brasil de Comunicação (EBC), como diz o professor Vinício Lima (2010), “passou a ser possível pensar-se na implementação do princípio constitucional da complementaridade na radiodifusão”.

No ultimo dia 3 de maio de 2010, um ano e meio após a criação da Empresa Brasil de Comunicação (EBC)⁴, foi iniciada a transmissão simultânea da Rede Nacional de Comunicação Pública (RNPC), formada pelos quatro canais da própria EBC, por sete emissoras universitárias e por 15 emissoras públicas estaduais. A RNPC transmitirá a programação da TV Brasil para mais de 100 milhões de telespectadores distribuídos em 23 Estados. Com salienta Vinício Lima:

O início de funcionamento da RNPC é auspicioso por ele mesmo. É necessário, no entanto, registrar que sua entrada em operação obedece às verdadeiras intenções dos constituintes expressas no princípio da complementaridade (artigo 223) e significa o cumprimento dos princípios que constam do artigo 221 para ‘a produção e a programação das emissoras de rádio e televisão’ que, também, nunca foram regulamentados (LIMA, 2010).

Concluindo, podemos afirmar que só com um novo marco regulatório poderemos garantir: a presença da produção audiovisual independente na grade de programação das emissoras abertas e fechadas; estimular a produção independente de filmes e de programas de televisão; um maior espaço para a programação regional na grade das emissoras; estimular a produção local pelas próprias emissoras e/ou por produtores independentes regionais, garantindo assim a diversidade cultural e o regionalismo na televisão brasileira. Com a implantação da TV e Rádio Digital e o avanço da convergência entre as mídias, como TV, internet e telefonia, determinará ajustes em todos os setores inclusive no da legislação específica, porque os setores de radiodifusão e telecomunicações, hoje, são regidos por legislações distintas e precisamos com urgência do estabelecimento de novas regras, um novo marco regulatório. Em síntese, é necessário que o novo marco regulatório contemple as questões regionais e que garanta o acesso da população ao conteúdo produzido no país.

Referências

BRANT, Leonardo. Dimensões e perspectivas da diversidade cultural no Brasil. In: BRANT, Leonardo (Org.) **Diversidade Cultural**. São Paulo, Brant Associados, 2003, Coleção Democracia Cultural. Disponível em: <<http://www.brant.com.br/node/24>>. Acesso em: mar. 2010.

LIMA, Venício. Enfim, uma rede pública de televisão: nasce a RNPC. **Agência Carta Maior**, 07/05/2010. Disponível em <<http://www.fndc.org.br>>. Acesso em: maio 2010.

MARTHE, Marcelo. Como o Brasil vê televisão. In *Veja*, edição 2124, 5 de agosto de 2009. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/050809/como-brasil-ve-televisao-p-144.shtml>>. Acesso em: maio 2010.

⁴ A Empresa Brasil de Comunicação (EBC) foi criada pelo Decreto nº 6.246 e a MP 393, ambos de outubro de 2007, posteriormente convertidos na Lei nº 11.652, de 7 de abril de 2008.

MATTOS, Sérgio. **História da Televisão Brasileira: uma visão econômica, social e política**. Petrópolis: Vozes, 5ª Ed., 2010.

MORAES, Georgia. O papel da mídia na diversidade cultural brasileira. In: **The Linguist – The Power of the language** – Library Home – Comunicação Social. Disponível em: <<http://www.thelinguist.com/en/pt/library/item/44055>>. Acesso em: maio 2010.

MORAES, Geraldo. Proteção e fomento da diversidade cultural e os debates internacionais. S.d. Disponível em: <www.casaruibarbosa.gov.br/dados/doc/palestras/Diversidade_Cultural/FCRB_Diversidadeculturalbrasileira_GeraldoMoraes.pdf>. Acesso em: maio 2010.

OCB – OBSERVATÓRIO DO DIREITO À COMUNICAÇÃO. Emissoras veiculam 10% de conteúdos locais, 03/03/2009. Disponível em: <http://www.direitoacomunicacao.org.br/index2.php?option=cm_content&task=view>. Acesso em: maio 2010.