

# A TELEVISÃO PÚBLICA BRASILEIRA, UM VAZIO HISTÓRICO <sup>1</sup>

Laurindo Lalo Leal Filho<sup>2</sup>

*Resumo: o artigo trata do papel e da importância da televisão pública para o país. Procura contextualizar a atual discussão existente sobre o tema que se desenvolve nas esferas pública e privada. Para isso sintetiza a história da televisão pública no Brasil, toma o modelo europeu como referência e, com ele, estabelece comparações. Apresenta o estado atual das emissoras não-comerciais em funcionamento no país e aponta as premissas necessárias para a construção de uma Rede Pública Nacional de Televisão no Brasil.*

*Palavras-Chave: Televisão. Televisão Pública. Rede Pública.*

Há um espaço vazio no espectro eletromagnético brasileiro. Aquele que deveria ter sido ocupado por uma rede pública de televisão e nunca foi. Trataremos aqui desse deserto e das possibilidades concretas de verdejá-lo num futuro próximo.

Pesquisadores franceses ordenam a história da televisão europeia em três etapas sucessivas e articuladas, segundo padrões institucionais: “o serviço público original em situação monopolista, a televisão comercial aberta ainda dominante e a televisão paga em fase de desenvolvimento” (CHANIAC, R. e JÉZÉQUEL, J.P., 2005, pág. 117). Esse percurso, se aplicado ao Brasil, teria em comum apenas a sua parte intermediária. Aqui a televisão estabeleceu-se como empreendimento comercial em 1950, modelo que segue hegemônico até hoje. As iniciativas em torno da implantação de um serviço público e a oferta de televisão por assinatura podem ser consideradas marginais, diante da desproporção da abrangência de acesso existente entre elas e o sistema dominante.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho “Economia Política e Políticas de Comunicação”, do XVI Encontro da Compós, na UTP, em Curitiba, PR, em junho de 2007.

<sup>2</sup> FCL/USP – laloleal@usp.br

Como resultado, a ausência de uma televisão pública forte no Brasil impediu a formação de um público mais crítico em relação à TV comercial, resultado da falta de modelos alternativos. Também impossibilitou a criação de uma massa crítica capaz de exigir da televisão, no mínimo, o respeito aos preceitos constitucionais que determinam a prestação de serviços de informação, cultura e entretenimento.

No Brasil, ao contrário do que ocorreu na Europa, as tímidas iniciativas para implantar serviços públicos de radiodifusão foram sempre subordinadas ao modelo comercial, atuando de forma complementar a ele. Ou seja, ocuparam os espaços que não atraíam os interesses da iniciativa privada.

Por isso a história da radiodifusão pública no Brasil é minguada, como veremos a seguir. Em 56 anos de televisão é possível destacar apenas cinco momentos significativos. São eles: a fundação da Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, em 1923; a implantação da Fundação Padre Anchieta em São Paulo, em 1969; a promulgação da nova Constituição da República, em 1988; a aprovação da lei número 8.977, conhecida como Lei do Cabo, em 1995 e o lançamento pelo Ministério da Cultura do 1º Fórum Nacional de TVs Públicas, em 2006.

Destaquemos, ainda que de forma breve, as características e a importância relativa de cada um desses momentos para a existência de um modelo público de televisão no Brasil.

O primeiro ocorre com a fundação da Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, por Roquette Pinto, dentro da concepção segundo a qual

sociedades e clubes de ouvintes manteriam, com suas contribuições, as emissoras de rádio voltadas para fins informativos, culturais e educativos.

3

Eram espaços públicos articulados por parcelas da sociedade de forma independente tanto do Estado como do mundo dos negócios. Daí a existência pelo país, até hoje, de emissoras comerciais que ainda mantêm no nome as palavras clube ou sociedade.

Na mesma época, a BBC de Londres surgia com um tipo de financiamento e objetivos semelhantes aos defendidos por Roquette Pinto. Há frases do fundador do rádio brasileiro que são muito semelhantes aos de John Reith, primeiro diretor geral da emissora britânica. Por exemplo: enquanto no Brasil, na inauguração da Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, Roquette Pinto dizia que “todos os lares espalhados pelo imenso território brasileiro receberão o conforto moral da ciência e da arte” (SAMPAIO, M.F., 1984, pág, 113); na Inglaterra, John Reith afirmava que o objetivo do rádio “era o de levar para dentro do maior número possível de lares tudo o que de melhor existe em cada parte do esforço e realização humana e que fazer dinheiro não era negócio do rádio” (LEAL FILHO, L.L.. 1997, pág. 65). Era a forma manter a independência econômica do novo veículo obtida através da licença paga pelos ouvintes.

No Brasil, deu-se o contrário. O modelo sucumbiu ao comércio com a regulamentação da publicidade em 1932, quando o governo autorizou as emissoras a ocupar 10% de suas programações com anúncios. No dizer do sociólogo Renato Ortiz o presidente Getúlio Vargas

apesar de sua tendência centralizadora, tinha que compor com as forças sociais existentes (neste caso com o capital privado, que possuía interesses concretos no setor de radiodifusão). Não deixa de ser sugestivo observar que a própria Radio Nacional, encampada

4

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

Está aí a gênese da absoluta falta de limites entre o público e o privado na radiodifusão brasileira. Hoje ela se dá com o financiamento do Estado às empresas concessionárias dos serviços de televisão sob as formas de publicidade, patrocínios, renúncias fiscais, isenções alfandegárias, entre outras.

O segundo momento da história da radiodifusão pública brasileira ocorre com a criação da Fundação Padre Anchieta em São Paulo que, institucionalmente, reproduzia o modelo da BBC de Londres. Como na emissora britânica, ela seria gerida por um Conselho Curador representativo da sociedade, com uma autonomia de gestão garantida pela figura jurídica do direito privado. Fator determinante para evitar qualquer tipo de interferência estatal.

Ao Conselho é dada autonomia total, tendo como contrapartida a responsabilidade pública, a qual deveria ocorrer de forma ampla e

transparente. Na Fundação Padre Anchieta o órgão é formado por 45 conselheiros, número diferente do original e que foi ampliado pelo próprio Conselho ao longo dos anos. O que parecia ser uma prática

5

democrática para ampliar o número de integrantes, hoje se revela causador de uma nítida ineficiência, com a diluição de responsabilidades. Não existem mecanismos institucionalizados que permitam um relacionamento efetivo entre os conselheiros e o público. Como a referência inicial foi a BBC de Londres, cabe lembrar que o Conselho gestor daquela instituição é formado por 12 membros.

O terceiro momento da história foi o da explicitação na Constituição de 1988, em seu artigo 223, de que “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 público, privado e estatal” (CONSTITUIÇÃO DA REPÚBLICA, 1988, pág.145).

Pela primeira vez esboça-se, na lei maior, o tripé sobre o qual deveria funcionar a televisão brasileira. No entanto, a realidade não apresenta qualquer relação com o texto legal. O Brasil prossegue com um modelo comercial hegemônico, um reduzido serviço de rádio e TV estatal e a solitária experiência pública da Rádio e TV Cultura de São Paulo, sempre às voltas com suas constantes crises. E paradoxalmente tornando-se, na prática, cada vez mais comercial e estatal e menos pública. Comercial como resultado da adesão à propaganda e estatal, dada a forte ingerência na sua administração do governo estadual de turno.

O quarto momento pode ser registrado com a promulgação da lei 8.977, de 1995, que ficou conhecida como Lei do Cabo. Ela possibilitou a existência das emissoras de acesso público: legislativas, universitárias e

comunitárias. Um passo importante rumo à ampliação das ofertas televisivas, mas ainda restrito à parcela minoritária da população que tem acesso a esse tipo de serviço. Vale ressaltar, no entanto, que parte dessas

6

emissoras conseguiu romper as amarras do cabo passando a transmitir sinais também para antenas parabólicas.

E é de 2006 aquele que pode ser considerado o quinto momento da história da televisão pública no Brasil: a convocação pelo Ministério da Cultura do 1º. Fórum Nacional de TV's Públicas previsto para ser realizado em fevereiro de 2007. Pela primeira vez busca-se reunir todas as experiências concretas de produção e veiculação de televisão não-comercial, realizar um diagnóstico do setor e apontar caminhos para a sua consolidação.

Um primeiro trabalho preparatório, elaborado para o Fórum, revela o "estado da arte" nessa área. Destaca a TV Pública como

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. (SENNA, O., 2006, pág, 10).

Esta citação contempla três questões chaves, ainda pouco desenvolvidas, a respeito do papel da TV Pública na sociedade. São elas: a socialização da produção de bens simbólicos produzidos no país, o formato de transmissão em rede e a relação TV Pública-democracia.

A primeira resulta da hegemonia do modelo comercial, regido por índices de audiência – mera sanção do mercado, do dizer de Bourdieu

(1996, pág, 96) – que impede o acesso à televisão de bens culturais não transformados em mercadoria. A sociedade vê-se, dessa forma, impossibilitada de conhecer e reconhecer a sua própria produção

7

simbólica. Não cabe aqui detalhar os prejuízos decorrentes dessa prática, mas eles podem ser intuídos. Vão desde a fragilização das identidades à inibição do surgimento de novas manifestações culturais e artísticas, vítimas da falta de reconhecimento público.

A segunda registra pela primeira vez num documento oficial a expressão "rede de emissoras públicas", fenômeno desconhecido no país, como vimos anteriormente. Ainda que o texto não avance no assunto, não deixa de ser significativo que tal empreendimento deixe de ser visto como fruto de iniciativas isoladas e venha a se congregar numa rede de emissoras. A relevância dada aqui a esse fato está diretamente relacionada ao conhecimento das resistências existentes nas emissoras não-comerciais em se incorporarem a uma rede. E no temor que esse tipo de concorrência desperta nas emissoras privadas.

E quanto à circunstância da rede pública assegurar a prática da democracia, trata-se de algo auto-evidente. O histórico do modelo de televisão de mercado imposto à sociedade brasileira estabeleceu uma forma de pensamento único, reproduzidor das idéias dominantes e disseminadas a partir dos centros do capitalismo global. O individualismo e o consumismo, sustentados e impulsionados pelo neoliberalismo tornaram-se matrizes ideológicas da produção televisiva. A elas, no modelo hegemônico, não cabem alternativas. A saída, respeitado o jogo democrático, é a TV Pública.

Estágio atual

Descrita a breve história e identificadas questões chaves referentes à prática da televisão pública no Brasil, cabe destacar alguns dados identificadores do estágio atual da televisão não-comercial no país. O

8

histórico desse modelo, aqui apresentado, pode servir como um indício revelador da fragilidade da estrutura vigente. Tal afirmação ganha mais concretude a partir dos dados fornecidos pelas próprias emissoras. Vejamos. Há quatro entidades setoriais reunindo televisões "educativas, públicas e culturais", a Abepec; universitárias, a ABTU; legislativas, a Astral e comunitárias, a ABCCOM.

A mais antiga é a Associação Brasileira de Emissoras Públicas, Educativas e Culturais (Abepec), fundada em abril de 1998 e que reúne, em 2007, 19 geradoras de televisão aberta. Característica que dá a essas emissoras uma visibilidade maior na sociedade se comparadas às demais televisões não-comerciais. No entanto ficam evidentes, ao se verificar as suas formas de controle e financiamento, as razões de suas crises periódicas e sua pequena aceitação pelo público.

Das 19, apenas quatro foram configuradas como fundações públicas de direito privado o que, pelo menos teoricamente, garantiria total independência em relação ao Estado. Ainda assim, apenas a Fundação Padre Anchieta de São Paulo têm dirigentes com "mandato constituído e poder de decisão sobre a gestão" (ABEPEC, 2006, pág. 46) o que não impede, na prática, ingerência externa, como foi mencionado anteriormente. Nas demais a ação direta dos governos retira o caráter público das emissoras, caracterizando-as de fato como estatais.

Com relação ao financiamento ele

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

9

membros da Abepec têm um orçamento estimado de R\$ 407.855.342,51" (ABEPEC, 2006, 50).

Cabe ressaltar que cerca de 75 % desse valor refere-se à soma dos orçamentos da Fundação Padre Anchieta (R\$ 120.000.000,00), da TV Nacional de Brasília (R\$ 105.715.739,51) e da TVE do Rio de Janeiro/Maranhão (R\$ 80.000.000,00). E como forma de comparação com o modelo hegemônico deve-se salientar que o custo de apenas um capítulo de novela produzido pelas emissoras comerciais chega a custar, às vezes, R\$ 200.000,00. Donde se pode deduzir que apenas uma novela, com cerca de 180 capítulos, pode ter custos equivalentes a aproximadamente 40% da dotação orçamentária anual da principal emissora não-comercial do país. Isso para não mencionar superproduções como a minissérie Amazônia, produzida pela Rede Globo. "Cada um dos 48 capítulos tem um orçamento de no mínimo R\$ 400 mil (o dobro de um episódio de novela), o que eleva o custo da produção em algo em torno de R\$ 20 milhões" (FOLHA DE S. PAULO, E1, 2/01/2006). Ou de 25% do orçamento anual da TVE do Rio de Janeiro/Maranhão.

Em relação às televisões universitárias, elas ganharam impulso com a promulgação da já citada Lei do Cabo, em 1995, embora em 1968 a Universidade Federal de Pernambuco tenha colocado no ar a sua emissora. No entanto o crescimento quantitativo se dá em decorrência da lei que, em seu artigo 23,

institui os chamados 'Canais Básicos de Utilização Gratuita', que as operadoras são obrigadas a disponibilizar sem custos 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 de serviços. (ABTU, 2006, pág. 54).

10

Em 2007, 40 desses canais são filiados à ABTU, entidade fundada em 2001.

No ano seguinte, em 2002, é constituída a ABCCOM, reunindo naquele momento 35 canais comunitários em funcionamento no país. Hoje a própria entidade não apresenta um número preciso de canais desse tipo existentes, afirmando "ser cerca de 70 canais comunitários, que podem chegar a 203, o mesmo número de empresas de TV a cabo em operação no país" (ABCCOM, 2006, pág. 101). Tal número funda-se na hipótese de que toda operadora de TV a cabo deve fazer trafegar por ela um canal comunitário.

A mais recente das entidades organizativas de televisões públicas é a Astral, congregando as emissoras do Poder Legislativo. São associadas, até o final de 2006, 25 televisões vinculadas ao Senado Federal (1), Câmara dos Deputados (1), Assembleias Legislativas (15) e Câmaras Municipais (8). Participam das reuniões e debates, mas ainda não se filiaram, outras 39 emissoras (cinco de Assembleias Legislativas e 34 de Câmaras Municipais). Parte delas, além de realizar a cobertura diária dos trabalhos das casas legislativas as quais estão vinculadas, produzem programação própria nas áreas artística, cultural e informativa.

Caminhos e perspectivas

Esse é o quadro atual da televisão pública no Brasil. Cabe agora apresentar caminhos que apontem para a possibilidade dessa televisão deixar de ser simplesmente um complemento da TV comercial. Como ocorre em diferentes países da Europa, mesmo após a implantação de emissoras comerciais. Estas praticamente dividem a audiência com as emissoras públicas, como mostra o quadro a seguir:

11

### Quadro 1

2003: Repartição da audiência entre os canais públicos e privados nos principais países (em %)

País	Canais Públicos	Canais Privados Nacionais	Outros (cabo, satélite, locais, etc.)
Alemanha	40,5%	41,5%	18%
Espanha	30,5%	43%	26,5% (1)
França	41,5%	47,5%	11%
Itália	45%	44%	11%
Reino Unido	46% (2)	30%	24%
Países Baixos*	36%	41,5%	22,5%
Portugal*	26,5%	63%	10,5%

---

\* Para esses países o ano de referência é 2002

(1) dos quais 18% através dos canais "autonômicos" das principais províncias, transmitidos de modo terrestre.

(2) dos quais 10% pelo Channel 4

(CHANIAC, R. e JÉZÉQUEL, J.P., 2005. pág, 13).

No Brasil, os melhores índices de audiência obtidos regularmente pelas emissoras não-comerciais dificilmente ultrapassam os 3%, caracterizando de forma clara o seu caráter complementar. Exceção, que

12

confirma a regra, é a missa dominical apresentada pela TV Cultura de São Paulo, que atinge os 4% de audiência na região da metropolitana. Ainda assim é insignificante se comparada às três principais redes comerciais, como fica demonstrado no quadro seguinte.

#### Quadro 2

IBOPE - Os programas mais vistos entre 18 e 24 de dezembro de 2006 na Grande SP - Medição feita em 750 domicílios

GLOBO	(1)	(2)	SBT	(1)	(2)
Páginas da Vida	2.214	41	Tela de Sucessos	749	14
A Grande Família	2.107	39	Cine Espetacular	605	12
Tela Quente	1.950	36	Chaves (ves.)	611	11
Zorra Total	1.894	35	A Praça é Nossa	559	10
Jornal Nacional	1.686	31	Um Maluco no Pedaço	529	10
RECORD			CULTURA		
Show do Tom	533	10	Religioso (mat.)	202	4
Bicho do Mato	530	10	Camundongos		
Vidas Opostas	522	10	Aven. (vesp)	189	3
O Melhor do			Cyberchase	186	3
Brasil	495	9	Charlie e Lola	186	3
Série Premium 1	486	9	Jakers Aven	183	3

- (1) Número aproximado de telespectadores na Grande SP (em milhares)
  - (2) Percentual de domicílios entre o total de domicílios com TV na região metropolitana de São Paulo. 1 ponto equivale a 1% do total aproximado de domicílios com TV na Grande São Paulo (base total de domicílios com TV, para o Ibope: 5.449.400)
- (FOLHA DE S.PAULO, 7/07/2007, pág, E6)

13

Mesmo com a garantia de um espaço para as TVs públicas no futuro espectro digital, o perigo da complementaridade permanece. Empurradas para posições remotas do dial, a tendência será a manutenção de índices de audiência insignificantes em relação às comerciais. Sobre o tema já existem duas propostas conflitantes. A do ministério das Comunicações propondo o confinamento da Rede Pública entre os canais 60 e 69 do novo espectro e a de um dos grupos preparatórios do 1º. Fórum Nacional de TV's Públicas estabelecendo a necessidade de ela ser sintonizada entre os canais mais baixos, por onde seguirão trafegando os sinais das redes comerciais.

#### Reversão de tendências

Para reverter esse quadro são apontadas ações simultâneas e combinadas<sup>3</sup> no sentido de se criar uma estrutura gerencial e de financiamento efetivamente públicas, evitando a entrega total do modelo à iniciativa privada ou ao Estado sem, no entanto, desprezá-los. Do ponto de vista institucional sugere-se a criação de um Conselho Coordenador Nacional das Emissoras não-comerciais, reunindo num primeiro momento todas as instituições que se enquadrem nesse perfil. Ou seja, desde fundações como a Padre Anchieta de São Paulo, passando por emissoras estatais federais, estaduais e municipais, do poder legislativo em seus diversos níveis até as emissoras universitárias e comunitárias.

Seria o meio de se criar uma poderosa rede pública de televisão, enraizada nacionalmente, com um poder de produção e de irradiação capaz de competir com as emissoras comerciais.

---

<sup>3</sup>Uma síntese dessas propostas foi apresentada pelo autor nas reuniões preparatórias do 1º. Fórum Nacional de TV's Públicas realizadas em dezembro de 2006, em Brasília

Do ponto de vista do financiamento, nenhuma das alternativas hoje existentes deveria deixar de ser considerada, com exceção do anúncio comercial, incompatível com a linguagem de uma televisão pública. O apelo ao consumo, conquistado através da emoção, é inconciliável com uma programação mais reflexiva, balizadora do modelo público. Mas devem ser considerados recursos provenientes do Estado, cuja política cultural não pode excluir a radiodifusão; aqueles provenientes de apoios culturais bancados por empresas que queiram associar suas marcas a programas de qualidade; os vindos de doações efetuadas por pessoas físicas e jurídicas, com deduções fiscais como ocorre com a televisão pública norte-americana; de taxas que possam ser aplicadas sobre as contas de grandes consumidores de energia elétrica, como aventou o governo do estado de São Paulo em anos recentes; por serviços prestados a terceiros; da venda de produtos realizados pela emissora e, finalmente, da cobrança de aluguel pelo uso do espectro eletromagnético, que é público, feito pelas emissoras comerciais levando à constituição de um fundo mantenedor da rede pública nacional de televisão.

Essa última fonte de recursos não pode ser encarada como irreal. Ela tem pelo menos uma referência histórica concreta no canal experimental do Reino Unido, o Channel Four que, durante cerca de dez

anos teve sua sobrevivência garantida por recursos advindos da comercialização dos espaços publicitários realizados pela ITV, a emissora independente britânica, mantida pela propaganda.

15

As emissoras comerciais licenciadas para ocupar a frequência do canal 3 estavam autorizadas até 1992 a vender propaganda para o canal 4 (que não podia fazê-lo). Em contrapartida, uma percentagem do que elas pagavam como licença para a ITC era utilizada para manter o canal 4. (LEAL FILHO, L.L., 1997, pág. 39).

O ideal, ainda do ponto de vista do financiamento, é que as emissoras não-comerciais sejam mantidas com recursos de diversas fontes, simultaneamente. Tal procedimento serviria como uma defesa dos problemas que podem advir quando se tem apenas um financiador. Em determinados momentos, ele pode se valer da situação para impor os seus interesses aos do público telespectador. Cabe ao Estado, no entanto, participação constante e significativa no financiamento para dar viabilidade e permanência ao projeto e para cumprir sua responsabilidade com a difusão da informação e da cultura. Sustentada por essa base institucional e financeira a nova rede iria disputar audiência com as redes comerciais.

Mas aí chegamos ao ponto crítico do conteúdo. O suporte institucional e financeiro é fundamental, mas só ele não garante qualidade capaz de conquistar o público. É preciso a abertura dos canais públicos aos criadores brasileiros, espalhados por todo o país, e impedidos pelo oligopólio de mostrar o que fazem. Abrir para a experimentação e a

criatividade deve ser a missão central da televisão pública. A ela se associa o papel crítico da própria televisão, o que só é possível numa emissora não-comercial, como faz sistematicamente o Observatório da Imprensa na TVE do Rio de Janeiro, o programa VerTV da TV Nacional de Brasília e da TV Câmara (da Câmara dos Deputados) e como foi feito em alguns momentos pela TV Cultura de São Paulo.

16

Finalmente, o mais importante: oferecer ao público programas de qualidade em toda a sua grade horária e não apenas em alguns momentos, como fazem esporadicamente algumas redes comerciais. Com isso estaria sendo dada oportunidade ao público de experimentar e de se acostumar com o “biscoito fino”, no dizer de Oswald de Andrade. Sem conhecer o que é bom fica difícil exigir o melhor. O resultado de uma programação desse tipo seria não só de dar diretamente ao público o melhor da arte, da cultura e da informação existentes no país, mas também o de levar a televisão comercial a rever seus padrões. Fato que já ocorreu quando a programação infantil da TV Cultura de São Paulo atingiu dois dígitos de audiência e forçou um dos concorrentes a investir numa grade infantil de melhor qualidade.

A TV pública cumpria ali um duplo papel positivo: oferecia ao seu telespectador uma programação de qualidade e, ao mesmo tempo, provocava mudanças para melhor na televisão comercial. Situações como essa justificam, sem muito esforço, os investimentos necessários para criar e manter uma rede pública de televisão, capaz de servir de referência de qualidade para todo o país.

## Referências

### LIVROS

- BOURDIEU, P. **Sobre a Televisão**. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Editor, 1997
- CHANIAC, R.; JÉZÉQUEL, J.P. **La Télévision**. Paris, Éditions La Découvert, 2005.
- LEAL FILHO, L.L. **A melhor TV do mundo, o modelo britânico de televisão**. São Paulo, Summus Editora, 1997.
- ORTIZ, R. – **A moderna tradição brasileira**. São Paulo, Brasiliense, 1988
- SAMPAIO, M.F. – **História do rádio e da televisão no Brasil e no mundo**. Rio de Janeiro, Achiamé, 1984.

### ARTIGOS e REPORTAGENS

- LEAL FILHO, L.L. O desafio da TV Pública, necessidades e caminhos, in CARMONA, B. (org.) **O desafio da TV Pública**. Rio de Janeiro, TVE-Rede Brasil, 2003.
- MATTOS, L. – O Acre de R\$ 20 milhões in **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 2/01/2007
- SENNA, O – TV Pública, uma janela para o audiovisual brasileiro in **1º Fórum Nacional de TV's Públicas Caderno de Debates**. Brasília, Ministério da Cultura, 2006.

### LEIS, DOCUMENTOS e RELATÓRIOS

- ABCCOM - Diagnóstico Setorial in **1º Fórum Nacional de TV's Públicas Caderno de Debates**. Brasília, Ministério da Cultura, 2006.

ABEPEC – Diagnóstico Setorial in **1º Fórum Nacional de TV's Públicas Caderno de Debates**. Brasília, Ministério da Cultura, 2006.

ABTU - Diagnóstico Setorial in **1º Fórum Nacional de TV's Públicas Caderno de Debates**. Brasília, Ministério da Cultura, 2006.

**CONSTITUIÇÃO DA REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL**. Brasília, Senado Federal, 1988.

IBOPE – **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 7/07/2007