
A COMUNICAÇÃO PÚBLICA

A SERVIÇO DO PRIVADO

E DO POLÍTICO: O CASO DA TV

BRASIL CENTRAL EM GOIÁS*

LUIS SIGNATES**, ÂNGELA MORAES***, FERNANDA CAMARGO FERREIRA**** JANAÍNA FIDÉLIS*****, ISABELA DIAS*****

Resumo: este artigo busca estudar uma das mais antigas emissoras estatais do país, a TV Brasil Central, pertencente ao Governo do Estado de Goiás, e, a partir dos elementos caracterizadores da comunicação pública, pesquisa até que ponto os modos de gestão e funcionamento e a apropriação de conteúdos e relações com a sociedade instaurados por esta televisão conseguem atender aos critérios da comunicação e da radiodifusão públicas.

Palavras-chave: Comunicação pública. Radiodifusão pública. Televisão estatal. TV Brasil Central.

Muito se fala, a favor ou contra, mas pouco se sabe do que venha a ser uma emissora pública. O assunto foi intensamente debatido, na rede social

* Recebido em: 07.11.2011.
Aprovado em: 16.11.2011.

** Doutor em Ciências da Comunicação pela USP. Professor na UFG e PUC Goiás.

*** Doutora em Análise do Discurso pela UFG. Professora na UFG e PUC Goiás

**** Acadêmica de Jornalismo na PUC Goiás. Bolsistas de Iniciação Científica.

***** Acadêmica de Jornalismo na PUCGoiás. Bolsistas de Iniciação Científica.

***** Acadêmica de Jornalismo na PUCGoiás. Bolsistas de Iniciação Científica.

Twitter, durante a última semana do segundo turno das eleições 2010, em Goiás, logo após o jornalista Paulo Beringhs ter se demitido no ar, na TV Brasil Central, em protesto contra a censura que estaria sofrendo da Agecom e, por tabela, do grupo que apoiava Iris Rezende, então candidato do PMDB ao governo goiano. Em pleno conflito das posições eleitorais entre Íris e Marconi Perillo, já que o fato se deu no auge da campanha, marconistas protestaram contra a censura, enquanto que iristas respondiam, denunciando a filiação partidária de Beringhs ao PSDB. Em meio ao fogo cruzado, um grupo de internautas, a maioria dos quais com vinculação profissional na comunicação, fez emergir o debate sobre o que vem a ser uma emissora pública e, por conseguinte, qual seria a natureza específica da TV Brasil Central.

Eleito Marconi, a Agecom tocou à cota do Presidente da Assembléia Legislativa do Estado, o deputado Jardel Sebba. Assumiu a presidência seu então assessor de imprensa na Assembléia, o advogado e jornalista José Luiz Bittencourt Filho, pertencente a uma família peemedebista que se convertera a Marconi alguns anos antes. Junto a ele, o governador colocou um antigo assessor, de outros mandatos, o jornalista Marcos Villas Boas, que ali permaneceu apenas nos primeiros meses, na condição de diretor de televisão. Partiu de Marcos Villas Boas o projeto de transformar a TV Brasil Central em uma emissora de televisão exclusivamente jornalística, de tipo *allnews*. Para isso, fez-se uma intensa movimentação, que incluiu audiências públicas em faculdades e até um lançamento do projeto no Palácio das Esmeraldas. Entretanto, nem antes, nem depois dessas atividades, jamais foi divulgado um projeto escrito, consolidado, do que se pretendia fazer.

Durante as audiências públicas, uma das questões que emergiram foi a natureza específica da programação da televisão que se pensava em implantar. A pergunta mais singela indagava diretamente se a TV Brasil Central, pertencente ao Estado, faria um jornalismo “chapa branca” ou não. Os mais eruditos iam diretamente à indagação pelo conceito: será a TBC uma emissora que praticará a comunicação pública ou não? As respostas de Marcos Villas Boas foram aparentemente contraditórias: ele, por um lado, juntamente com o presidente da Agecom, garantiam que a TBC-News não seria “chapa branca”, mas, também, afirmavam, peremptórios, que não seria uma emissora “pública” e sim “esta-

tal”. A força simbólica desse titubeio, adicionada à ausência de documentos que inspirassem transparência e compromisso, fazia com que alguns dos principais interessados nesse projeto – os jornalistas da televisão – afirmassem com convicção que estavam convertendo a televisão numa emissora dedicada ao uso contínuo do jornalismo para a promoção governamental.

A noção de emissora pública, contudo, não se restringe ao telejornalismo, nem pode de forma alguma ser incompatível com a propriedade estatal da radiodifusão. O que define, afinal, uma emissora pública? O mais comum é, de fato, defini-la a partir do significado jurídico, neste caso, em justaposição ao conceito de emissora estatal. Para esta interpretação, a emissora pública seria aquela que pertencesse ou fosse gerida pelo Estado, exatamente porque é o Estado a instituição pública por excelência. Esta não é – ou, pelo menos, não deveria ser – uma definição de todo incorreta, pois, em princípio, não pode haver nenhuma instituição mais pública do que o Estado. Mesmo em países como o Brasil, ex-colônia européia, cuja cultura política foi a do Estado imposto, fundado antes da nação e, portanto, como espoliador e inimigo. Embora a democracia seja bastante recente por aqui e prevaleça uma cultura de desconfiança do Estado, isso jamais foi suficiente para extinguir a expectativa de conceber a instituição estatal como servidora e garantidora daquilo que a todos pertence: o bem público.

Uma emissora estatal de rádio e televisão, portanto, é – ou, no mínimo, deve ser – pública por definição e natureza. Infelizmente, ao que se sabe à saciedade, nem sempre é assim que acontece. A fragilidade do marco regulatório brasileiro para a radiodifusão propicia a existência, contraditória e absurda, da emissora estatal que funciona como empresa privada. Este é o caso típico do sistema de rádio e televisão Brasil Central, em Goiás. Concessão pública, a radiodifusão não deveria ter outra finalidade. Mas, tem. O canal da TBC é privado, ou, na linguagem usual, é uma concessão “comercial”, embora quem o possua seja o governo do Estado de Goiás. A análise de sua natureza jurídica conflituosa já é, por si só, um caso digno de estudo. A emissora estatal goiana fatura comerciais e tem renda própria, junto às empresas da região, ao mesmo tempo em que se fundamenta numa estrutura inteiramente governamental, com seus funcionários de carreira e cargos comissionados – que, a cada governo novo, viabilizam a festa dos profissionais de comunicação que apoiam o candidato

sufragado durante a campanha eleitoral. O programa conduzido por Paulo Berings, por exemplo, era garantido por um contrato privado, mediante o qual o Estado pagava à empresa do jornalista para que o mantivesse no ar. Após sua autodemissão no final da campanha de 2010, no ano seguinte o apresentador voltou a prestar serviços à TBC, onde se encontra até hoje. Ao fim e ao cabo, a TBC jamais efetivou seu propósito de se tornar *allnews* e, embora ainda permaneça o mesmo presidente, sustentado pelas ligações políticas do deputado estadual Jardel Sebba, o idealizador da proposta, o jornalista Marcos Villas Boas, já não se encontra mais lá.

Entre o estatal e o comercial, torna-se problemático definir até que ponto esse sistema de radiodifusão é público. Isso porque não basta a sustentação estatal para garantir sua natureza pública: seria preciso que público fosse seu funcionamento e seus efeitos comunicativos. Até porque, rigorosamente falando, todas as emissoras, mesmo as mais indiscutivelmente privadas, dependem, às vezes, completamente, de verba pública. O Estado é o maior, senão o único cliente importante, da maioria absoluta do sistema de radiodifusão e jornalismo de Goiás. A questão, portanto, é: quais os elementos definem o sentido do público, aplicado este conceito à comunicação, e, mais especificamente, à radiodifusão?

O largo conceito de comunicação pública

O conceito de comunicação pública é uma noção ainda em construção, que surge no Brasil na esteira do debate das alternativas ao modelo que historicamente se implantou no país, das concessões privadas de radiodifusão voltada para o entretenimento e a reprodução do capital (SIGNATES, 2003; 2009). Nesse sentido, a noção de comunicação pública se aproxima à de comunicação estatal, sem, contudo, poder subsumir-se a ela, uma vez que a natureza pública extrapola o âmbito do Estado, para abarcar tudo aquilo que diga respeito ao direito das sociedades.

Segundo Brandão (2007), o conceito de comunicação pública se identifica com pelo menos cinco áreas de conhecimento e atividade profissional: a comunicação organizacional, na qual se define como a comunicação no interior das organizações e entre estas e seus públicos; a comunicação científica, na qual é remetido à criação de canais de integração da ciência com a vida das pessoas; a comunicação estatal, dimensão que abrange o fluxo informativo e comunicacional entre o Estado e os cidadãos; a comunicação

política, abrangendo desde o espaço de disputa das eleições e das imagens governamentais até as zonas de interpenetração e influência dos meios de comunicação nesses processos; e a comunicação da sociedade civil organizada, que se centraliza nos processos comunicacionais privados voltados para o interesse público.

Mesmo não sendo unívoca a definição para o conceito, parece simples constatar que a justaposição do adjetivo “pública” junto ao substantivo “comunicação” confere uma qualidade específica à atividade comunicacional: a de conferir privilégio ao que poderíamos chamar o “outro coletivo”, nas decisões que envolvam a comunicação. Este outro, sob aspectos restritos pode ser o mercado ou a audiência, mas, com maior razão, seria a sociedade e, especificamente, a cidadania, tomada a relação de comunicação como uma relação de poder simbólico constituído, em face dos direitos da sociedade e do cidadão. A noção de comunicação pública, portanto, diz respeito diretamente à democracia na comunicação, qualquer seja o arranjo teórico a que se vincule (NOBRE, 2011).

Este fundamento definidor recupera a coerência da maioria dos autores na área e, inclusive, das movimentações estatais nesse sentido. Monteiro relata, por exemplo, que, em maio de 2005, o governo brasileiro elencou vários princípios da comunicação pública, dentre os quais a autora destacou:

o direito do cidadão à informação, como base para o exercício da cidadania; o dever do Estado de informar, zelando pelo conteúdo informativo, educativo e de orientação social daquilo que divulga; a comunicação pública como instrumento de diálogo, interatividade e envolvimento do cidadão nas políticas públicas e não como instrumento de promoção pessoal dos agentes públicos; a importância da qualidade na comunicação dos serviços públicos e dos valores da ética, transparência e verdade (MONTEIRO, 2007, p. 34-5).

O cidadão é, enfim, o objetivo e a condição da comunicação pública, para que se realize, em qualquer âmbito que se pretenda e, inclusive, como sugere Duarte (2007, p. 61), para além da noção de informação:

A centralidade do processo de comunicação é no cidadão. Não apenas por meio de garantia do direito à informação e

à expressão, mas também do diálogo, respeito as suas características e necessidades de estímulo à participação ativa, racional e co-responsável. Portanto, é um bem e um direito de natureza coletiva, envolvendo tudo o que diga respeito a aparato estatal, ações governamentais, partidos políticos, movimentos sociais, empresas públicas, terceiro setor e, até mesmo, em certas circunstâncias, às empresas privadas.

É no âmbito conceitual da comunicação pública que se inscreve a noção de “sistema público de comunicação”, termo que engloba políticas públicas de comunicação que incluem a radiofonia voltada para o interesse público. Denominada, em outros países, como “publicservice broadcasting” ou, de forma resumida, “public broadcasting”, a expressão se aplica “apenas aos veículos públicos em alguns países ou ao conjunto dos veículos de concessionários de canais de rádio ou de TV terrestres, como é o caso do Reino Unido” (VALENTE, 2009, p. 25). Dentre as várias abordagens teóricas desse campo, Jonas Valente menciona uma, que é imediato interesse deste trabalho: a definição de mídia pública como aparelho de Estado, à qual confere um recorte crítico e anticapitalista.

Os meios de comunicação pública seriam então aparelhos estatais que existem para garantir os interesses gerais do Estado, visto aí como capitalista coletivo ideal, na indústria cultural, cumprindo primordialmente a função de propaganda na construção de ‘consensos’, a partir da tensão dialética entre as posições hegemônicas no âmbito do aparelho e as demandas do público a quem se dirige. Além dessa dimensão ideológica, a mídia pública também seria um agente na concorrência da indústria cultural, dependendo de recursos para que tenha êxito na disputa pela atenção do público (VALENTE, 2009, p. 41).

Importante dizer que a radiodifusão nasceu no Brasil com orientação até certo ponto pública. A Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, primeira emissora brasileira, tinha inspiração cultural de um ponto de vista elitista. Entretanto, a consolidação da radiodifusão se deu no período Vargas, quando se adotou o modelo

norteamericano de concessões privadas, apenas interrompido com a estatização da Rádio Nacional pelo próprio Vargas, mas que, mesmo assim, não fora motivado por preocupações de natureza pública. Data da década de 1960 o que se pode chamar de primeiro marco regulatório da radiodifusão pública brasileira, quando, em pleno regime militar, o Decreto-Lei 236, de 1967, instituiu a televisão educativa, proibindo-a, inclusive, de concorrer com o sistema privado, entrando no modelo de negócio que mantinha o sistema, o da venda de publicidade.

Até então, apenas duas universidades detinham canais de rádio: as Universidades Federais do Rio Grande do Sul e a recém-criada Universidade Federal de Goiás. Ao longo das décadas de 1960 e 70, vários Estados brasileiros criaram emissoras, inclusive o de Goiás, que implantou nesta época o sistema de rádios e televisão Brasil Central. Contudo, os registros dos estudos a respeito declaram que praticamente nenhuma das emissoras criadas sob o bastião do Estado brasileiro funcionaram como emissoras efetivamente públicas, no sentido da comunicação pública. Afirma Valente, por exemplo, que “a única emissora que, pelo menos em discurso, alegava ter um projeto de independência era a TV Cultura, de São Paulo, mantida pela Fundação Padre Anchieta e controlada por um conselho nos moldes europeus” (VALENTE, 2009, p. 43).

Este trabalho toma como objeto a TV Brasil Central para efetuar especificamente esta pergunta. Por compreender esta emissora como uma das mais antigas emissoras estatais de televisão do Brasil – a única de Goiás, até que a UFG constituísse sua emissora, já no início do século 21 –, considera-se que compreender o seu modo de funcionamento pode contribuir para entender as características e distorções pelas quais se dá a apropriação do Estado no campo da comunicação no Brasil e em Goiás.

CATEGORIAS DE ANÁLISE

Este trabalho assume diferentes aproximações com os autores especializados, na definição da comunicação pública, e, por isso, especificou quatro categorias de análise da condição pública, aplicáveis de forma coordenada às emissoras de rádio e televisão: a sustentação estatal, a gestão democratizada autônoma, o controle social e o conteúdo programático de interesse público.

A sustentação estatal é não apenas o estatuto jurídico, mas, sobretudo, a garantia de que a emissora não terá que se submeter ao interesse privado, para sobreviver. Entretanto, é preciso mais: a emissora pública deve ser gerida de forma democrática e autônoma, em relação a seu próprio mantenedor, o Estado. Democracia aqui entendida no sentido de que seus dirigentes possam ser eleitos, por um conselho fortemente integrado pela sociedade civil, tenham mandato e sejam capazes de exercer tais funções sem a ingerência política do próprio governo. Essa condição impediria, por exemplo, que a organização de comunicação se prestasse a cabide de emprego de cabos eleitorais, após as eleições. Além disso, deve haver controle social. A permanência de ombudmen e de conselhos de programação formados por profissionais de comunicação, pela sociedade civil e por representantes dos públicos conectados seria o fundamento da garantia da democracia, no bojo da organização, mas, neste item, poder-se-ia subsumir também diferentes modos de participação do telespectador e do cidadão nas decisões programáticas.

E, por fim, o resultado, aquilo que seria de se esperar de qualquer concessão pública, mas que, numa emissora pública, constitui a sua própria razão de ser: os conteúdos programáticos voltados para o interesse público, a saber, a realização temática e pragmática da cidadania, na comunicação. Em outras palavras, cidadania como pauta obrigatória e permanente, e cada vez mais profunda relação cidadã da mídia pública com a sociedade. Eis o debate contemporâneo, pelo qual a comunicação se insere de modo vigoroso, na perspectiva da consolidação da democracia no Brasil.

Estas categorias foram utilizadas nesta pesquisa para avaliar a natureza pública da TV Brasil Central, desenvolvida com o apoio da Pontifícia Universidade Católica de Goiás, sob a denominação “Desafios da Comunicação Pública e as possibilidades do Sistema Brasil Central de Televisão”. Ao longo dos anos de 2011 e 2012, foram feitas coletas de dados sobre a emissora. Entre as técnicas utilizadas, trabalhou-se com observação-não participante e análise de conteúdo dos programas apresentados pela TBC, complementadas por entrevistas em profundidade a partir de roteiros semi-estruturados com os jornalistas que participam do processo de elaboração dos telejornais da TV. Foi mantido o inteiro sigilo das fontes, conforme ordena a ética de pesquisa nestes casos,

de forma que as declarações mencionadas neste trabalho não trarão qualquer identificação de autor, já que todas elas correspondem ao mesmo perfil: o do profissional de jornalismo em atividade na TV Brasil Central.

No procedimento metodológico foi utilizado um roteiro-tópico, que baseou uma série de entrevistas com os profissionais da TBC. As planilhas de resultados foram organizadas em cinco partes: parte A (Identificação do entrevistado, mantida em sigilo neste trabalho); parte B (Conteúdo da programação); parte C (Participação do Cidadão); parte D (Gestão) e parte E (Conceito de Comunicação Pública). Esta arquitetura categorial foi a base para a realização das entrevistas em profundidade.

Além desse, foi utilizado um segundo formulário, no qual a técnica de coleta de dados foi a observação-não participante, seguida da análise de conteúdo, para a produção dos resultados. Nesse sentido, foi respondido o roteiro de observação da programação da TBC em que quatro itens foram analisados: Identificação do programa; Conteúdo; Fontes e Canais de Participação.

Estes instrumentos metodológicos foram utilizados para obter os dados que, após a análise à luz das categorias tomadas como definidoras da comunicação pública, permitiram concluir sobre a especificidade da televisão Brasil Central, nos termos desta pesquisa. Assim, no plano analítico, perscrutou-se 1) como ocorre a visão da natureza estatal da emissora; 2) até que ponto os conteúdos programáticos levados ao ar atendem ao interesse público; 3) qual é o gradiente de participação do telespectador ou do cidadão goiano sobre os processos de definição programática da emissora televisiva; e 4) até que ponto a gestão da emissora pode ser considerada do tipo democratizada e autônoma. É o que passamos a relatar.

A Programação da TV Brasil Central

Durante o período desta pesquisa, a TV Brasil Central apresentava 19 programas locais, entre jornalísticos e de variedades, assim denominados: Roda de Entrevista, DOC TV Goyaz, Espaço Espírita, JBC 1ª e 2ª edições, Missa de Trindade, Sobre todas as coisas, Força Empresarial, Jornal TBC, Opinião em Debate, TBC Esporte 1ª e 2ª edições, GynTeen, Pelos Bares da Vida, Fonte da Vida, Boa Vida, Agenda Judiciária, Auto Motor e Aplauso.

Em rápida análise, foram as seguintes, as características encontradas nos programas exibidos, em face das categorias da comunicação pública:

Roda de Entrevista

É um programa de entrevistas, semanal, que vai ao ar as terças das 22h às 22h45 e aos domingos das 21 às 22 h. Os temas abordados são diversos como, agricultura e pecuária em Goiás, economia, profissionalização, condições de trabalho dos produtores rurais, envolvimento governamental.

Neste programa não há um canal para que o cidadão possa participar e interagir. Agricultura e Pecuária em Goiás. Abordagens sobre economia, profissionalização, condições de trabalho dos produtores rurais, envolvimento governamental. Programa com grande interesse público, porém não há canal de participação para a sociedade.

A origem das fontes: mais recorrentes e com o maior destaque: São as oficiais e jornalistas. Menos recorrentes: o cidadão.

Jornal TBC (1ª e 2ª edições)

Programa jornalístico diário que vai ao ar de segunda a sexta das 12h15 às 13h e das 18h30 às 19h e aos sábados das 18h15 às 18h30. Matérias policiais, conteúdo relacionado com as atividades governamentais, reportagens sobre saúde e cultura, matérias de interesse da população em geral; comércio, educação, movimentos populares, infraestrutura do estado. O telejornal pode ser considerado um programa de interesse público, porém é notável certo destaque as matérias governamentais com abordagem positiva. O jornal dispõe de uma prestação de serviço à população, mas não têm nenhum canal de interação com o público.

A origem das fontes: mais recorrentes e com o maior destaque: “Oficiais e cidadãos”, menos recorrente: *Especialista*.

Opinião em Debate

Programa de variedades, em formato revista, que vai ao ar às quintas-feiras, 22h às 23h. Leva para a sociedade temas que serão debatidos por profissionais da área.

Os telespectadores podem enviar perguntas referentes ao tema tratado, pelo telefone ou twitter, que serão lidas pelo mediador e comentadas ou/e respondidas. A origem das fontes mais recorrentes e com o maior destaque: “*Cidadão e Artistas*”; menos recorrente: *Oficiais*.

Agenda Judiciária

Programa de variedades, em formato revista, apresentado no sábado às 8h30. Apresenta atividades do setor judiciário, principalmente eventos do Tribunal de Justiça. Traz informações sobre serviços que o Judiciário está oferecendo à população. A apresentação é de Débora Graciano. É um programa realizado pelo Tribunal de Justiça.

O programa é variedades e não disponibiliza um canal de comunicação para que o cidadão possa participar. Mesmo, que seu conteúdo seja de caráter público, não há diálogo entre cidadão e programa. Então, desse modo a comunicação é unilateral. A origem das fontes mais recorrentes e com o maior destaque é oficial: “*Participantes do poder judiciário*”; menos recorrente: *população em geral*.

DOC TV Goyaz

Programa de exibição de documentários que vai ao ar aos domingos das 20 às 20h45 e nas segundas-feiras das 23h30 às 00h15. Por mais que o programa seja de caráter público, na medida em que se propõe à difusão de documentários produzidos no Estado, ele não disponibiliza nenhum meio para que o cidadão possa dialogar. A natureza das fontes: mais recorrentes e com o maior destaque: “*Cidadão*”; menos recorrente: *Oficiais*.

Sobre Todas as Coisas

Programa de variedades, em formato revista, que vai ao ar nas segundas-feiras das 20h às 20h40. O programa é semanal e ao vivo, aborda em cada edição um tema escolhido. O cidadão pode participar e esclarecer suas dúvidas durante o decorrer do programapor meio de e-mail, twitter ou blog do programa. O “Sobre

todas as coisas” têm grande interesse público, em sua programação são veiculadas reportagens com opiniões dos cidadãos, realizam a prestação de serviço, e é realizado durante a edição um debate com especialistas e fontes oficiais, onde são esclarecidos assuntos do interesse da sociedade. “O cidadão pode participar e esclarecer suas dúvidas durante o decorrer do programa”.

A origem das fontes: mais recorrentes e com o maior destaque: São as oficiais, os especialistas e os cidadãos. Menos recorrentes são os políticos.

Força Empresarial

Programa de variedades, em formato revista, que vai ao ar aos domingos às 19h30. O programa apresenta a cada domingo uma empresa diferente. O empresário aproveita o anúncio de seus produtos e, de uma certa forma, informa a população sobre os cuidados de uma boa higienização no dia a dia. O caráter comercial do programa é visível, além de não disponibilizar meios que o telespectador possa dialogar.

A origem das fontes mais recorrentes e com o maior destaque: “Empresários”.

Boa Vida

Programa de variedades, formatorevista, apresentado nas quartas-feiras às 20 horas. O programa aborda temas referentes à saúde e à estética do telespectador. O telespectador pode participar do programa por meio do telefone ou pelo site.

Origem das fontes mais recorrentes e com o maior destaque: “Profissionais da área da saúde”.

Auto Motor

Programa de entretenimento apresentado aos domingos às 10h15. O programa fala de modelos de automóveis e acaba fazendo comerciais dos carros porque faz publicidade para as marcas através das matérias. Apresenta também matérias sobre como cuidar do veículo. O programa não disponibiliza um canal de comunicação para que o cidadão possa participar.

Não foi possível coletar dados sobre a origem das fontes de informação deste programa.

Espaço Espírita

Programa religioso que vai ao ar aos domingos às 7h da manhã e apresenta sempre um entrevistado para falar de um tema a partir da abordagem do espiritismo. É um programa religioso, que procura efetuar uma mediação temática entre algum assunto da realidade e a interpretação espírita. Por meio do *e-mail*, os telespectadores podem enviar suas sugestões e dúvidas, mas nisso se restringe a participação do público.

A origem das fontes mais recorrentes e com o maior destaque: Participantes da doutrina espírita.

Missa de Trindade

Programa religioso que vai ao ar aos domingos às 8 horas da manhã. A missa realizada no Santuário Basílica do Divino Pai Eterno em Trindade é transmitida na íntegra. O telespectador pode participar do programa enviando mensagens e fazendo pedidos de oração.

Por sua natureza ritual específica, tornou-se ocioso investigar a origem das fontes de informação deste programa.

TBC Esportes – 1ª e 2ª Edições

Programa de jornalismo esportivo que vai ao ar de segunda a sábado das 13h às 14h e de segunda a sexta, das 19h às 19h55. Destaca matérias relacionadas principalmente ao futebol. Trata-se de programa de entretenimento voltado para o futebol com foco nos times goianos; campeonatos regionais e brasileiros, informações sobre os times goianos, jogadores, técnicos e diretores. Propagandas privadas são veiculadas durante a programação, opiniões a respeito da vida pessoal dos entrevistados são frequentes, não há a abordagem do esporte como elemento para a cidadania. Neste programa há uma mistura de papéis entre jornalismo e publicidade, sendo, geralmente as propagandas feitas pelo próprio apresentador.

Há, contudo, certa intensidade de participação do telespectador no programa. O apresentador convidafrequentemente o telespectador para participar do programa. “Mande seu e-mail e participe do programa!”. As mensagens são geralmente lidas e comentadas no programa.

A origem das fontes: mais recorrentes e com o maior destaque: são *as oficiais e o cidadão*. E as fontes menos recorrentes são *os especialistas*.

GynTeen

Programa musical que vai ao ar aos sábados às 16 horas. Informações sobre shows que vão ocorrer na cidade, filmes que estão em cartaz, faz promoções para que o público participe concorrendo a prêmios. O programa apresenta clipes musicais, a maior parte deles internacionais. O programa disponibiliza a rede social Twitter, e dois e-mails para que os telespectadores possam participar das promoções e também enviar opiniões.

A origem das fontes: mais recorrentes e com o maior destaque: “*Artistas que vão divulgar shows no programa*”.

Fonte da Vida

Programa religioso exibido de segunda a sexta feira, às 6h, e sábado e domingo às 7h30. O programa é apresentado pelo o Apóstolo César Augusto ou pelo seu filho deputado estadual Bispo Fábio Sousa. É um programa de cunho religioso da Igreja Fonte da Vida. Ao contrário dos outros programas na emissora voltados para a religião, este não disponibiliza nenhum meio para que o telespectador possa participar.

O única origem das fontes é a oficial, da própria Igreja.

Pelos Bares da Vida

Programa de entretenimento exibido às sextas-feiras, às 22 horas. O programa trabalha com muitos anúncios. Mostra eventos realizados por empresas que estão divulgando seu trabalho. O programa basicamente é feito para anunciar as empresas através dos eventos realizados por elas. É apresentado por José Guilherme

Schwam e está a 18 anos no ar. A finalidade é exclusivamente privada e não há nenhum canal de comunicação com o público.

A origem das fontes: mais recorrentes e com o maior destaque: “*Organizadores do evento e empresários*”; menos recorrente: *participantes dos eventos*.

Aplauso

Programa de entretenimento semanal, exibido às quartas-feiras, às 21 horas. Trata-se de um programa de colunismo social, voltado para a celebração de personalidades e empresas da sociedade goiana.

O programa possui um canal específico de participação: um site na internet. O programa trabalha objetivos exclusivamente privados, é apresentado por Arthur Rezende e mostra as festas da alta sociedade goianiense, festas das grandes empresas e faz muitos comerciais.

A origem das fontes mais recorrentes e com o maior destaque: “*Presidentes e diretores de grandes instituições e pessoas da alta sociedade*”.

Desta análise pormenorizada, embora sintética, pode-se tirar a conclusão de que a programação local da TV Brasil Central raramente busca objetivos de comunicação pública, no que tange a tematização do interesse público como elemento ordenador dos formatos, pautas e conteúdos programáticos.

A presença nítida de programas de caráter exclusivamente privado na programação deixa a impressão de se tratar de uma programação disponível ao loteamento, conforme interesses específicos, sem que se possa enquadrar a programação inteira numa política pública, tendo em vista a falta de coerência dos elementos programáticos entre si.

Observa-se, ainda, de forma bastante nítida, a ausência da figura do cidadão ou do telespectador, como elemento ativo no processo decisório. A processualidade programática da TV Brasil Central aparentemente mimetiza o modo de participação das emissoras privadas, onde o telespectador é um adereço legitimador do que se publica. As exceções ficam apenas na tematização de assuntos de interesse geral, que podem, direta ou indiretamente, satisfazer alguns dos critérios de realização da cidadania na comunicação.

A compreensão dos modos que engendram essas características passa, obrigatoriamente, pelo entendimento da relação específica que a TV Brasil Central tem com seu agente proprietário e principal mantenedor: o Estado de Goiás.

Relação da TV Brasil Central com o Estado

A relação da TV Brasil Central com o governo estadual, conforme os dados colhidos, é de completa subalternidade e inteira subserviência, conformando um sistema hierárquico rígido e sem os princípios democráticos que norteiam a noção de comunicação pública. Os jornalistas resumiram quase sempre em poucas palavras o processo de tomada de decisões na televisão: “É sempre de ‘cima para baixo’. A partir do governo”. “É bem fechado, a decisão vem de cima e a linha editorial já vem pronta”. “A orientação vem da diretoria, da abrangência e do foco da cobertura, e as coisas caminham de acordo com a determinação. [...] O jornal mesmo com a questão do marketing fica um saco, fica aquela coisa chapa branca”.

Esse processo deixa pouca margem para a participação do corpo profissional na tomada de decisões. Esse reconhecimento foi explícito em praticamente todas as declarações colhidas. “As primeiras decisões, mais importantes e fundamentais, se dão entre o governador e o presidente da Agecom. Depois, entre a presidência e direção da TBC e da RBC. Por fim, entre a gerente da TV e o chefe de reportagem. Contudo, diria que o chefe de reportagem já tem um papel de decisão pequeno diante das outras hierarquias.”

A relação hierárquica reconhecida reverbera em episódios de censura, conforme testemunharam os profissionais entrevistados. “Tem várias pessoas envolvidas nisso, muita gente toma decisões. No telejornal temos por ordem, os produtores, o chefe de reportagem, repórter, editor chefe (responsável pelo que vai ao ar, a ordem e tamanho das matérias), editores de texto (cuidam do off do repórter), editor de imagem (decide as cenas que vão por cima do texto). Todos esses são subordinados a gerência de telejornalismo a Susete Amâncio. A Susete está subordinada a Abadia Lima que é diretora de telerádiodifusão Abadia Lima, que por sua vez é subordinada ao José Luiz Bittencourt Filho que é presidente da Agecom, e ele subordinado ao governador. Quem costuma influir

mais no jornal é a Susete e a Abadia Lima. Acontece de estarmos com matérias prontas e serem derrubadas .

O critério de definição das pautas, contudo, não foi definido como sendo o interesse do Estado, como ente público, e sim os interesses especificamente políticos da base do governador. Há, pois, interferência partidária direta ou indiretamente na pauta do telejornalismo da TV Brasil Central. “Aqui entra o processo de censura e autocensura. As demandas de outros partidos que têm, de fato, relevância social, ainda apresentamos para chefia de reportagem. Mesmo sabendo que muitas vezes não serão aceitas. No entanto, outros temas mais superficiais de outros partidos, nem apresentamos. Ao passo que os mesmos assuntos superficiais do partido do governo e base, temos que apresentar e na maioria das vezes se torna pauta”. Outro entrevistado declarou de modo semelhante: “Eu não vejo outros partidos políticos aqui, no máximo bancada aliada do governo. A última coisa de fora de aliados que vi foi quando o MP decidiu julgar o Alcides Rodrigues por ter deixado acumular a folha de pagamento, isso é máximo de que temos de pautas não ligadas ao PSDB ou bancada aliada”.

A figura do jornalismo posicionado apareceu também nítida nos relatos que mencionaram a forma como as oposições políticas ao governo estadual são tratadas. “Normalmente quando é oposição ao governo fazemos só quando é pra acusar, se for pra exaltar e falar bem não costumamos fazer”. Ou, na voz de outro entrevistado: “A gente tenta, eu pessoalmente, não focar em eventos. Mas, às vezes chega alguns pedidos da diretoria. A oposição não tem espaço”.

Nesses casos, é a diretoria da televisão que define o que é e o que não é notícia. “Não tem um dossiê que não se possa mostrar esse ou aquele partido, depende muito de coligação, com que está alinhado, depende muito da decisão se é notícia ou não, consultada com a diretoria.”

Esse estado de coisas, na rotina produtiva do jornalismo da TV Brasil Central terminou deixando para muitos a impressão de que “não existe uma política editorial” e que, por isso mesmo, “...vai pelo instinto. Mas, eu nunca deixo de apresentar, me autocensurar não é meu objetivo. Eu faço minha parte, agora se não vai ao ar não depende de mim”. Um profissional da produção foi mais minucioso na descrição dessa ausência, declarando que a política editorial se dá no cotidiano da própria atividade profissional. “Ela [a política

editorial] se dá em todos os processos de trabalho jornalístico: na produção da pauta (censurando assuntos que denigrem a imagem do governo ou que elevam a imagem da oposição, ou dos assuntos que giram em torno dos interesses do governo ou da presidência, além da escolha dos entrevistados e enquadramento), na produção da reportagem (na escolha das palavras que serão usadas em seu texto, do enquadramento que o repórter deve dar à sua matéria, nas perguntas a serem feitas aos entrevistados). Por fim, na edição, isto é, na escolha do que será, de fato, veiculado: qual trecho da entrevista, quais imagens, etc”.

Especifica-se, portanto, que a política editorial é definida pela alta hierarquia e é, por isso, mutável a cada governo que se instala. “A política editorial é do governo e ela muda a cada quatro anos. Então depende muito de quem está na direção da emissora. Se é mais governista então essa linha editorial é mais voltada para o governo, se é um pouco mais liberal aí tem uma liberdade maior”.

Essa realidade às vezes gera no profissional o sentimento de que está desobrigado de se responsabilizar pelo que vai ao ar. “Nós somos um órgão do governo, não podemos esquecer disso. Não temos um controle sobre as matérias devem ser ou não publicadas”. Nesse quadro de deslocamento da responsabilidade, por conta do processo, ocorre ainda a autocensura, que, segundo um profissional, contamina a consciência do jornalista desde que adentra a redação. “Eu acho que quem entra aqui já entra com uma espécie de alto censura, eu vejo isso muito claro no telejornalismo, e todo mundo já sabe que mesmo que fale mal do governo, vai ter que arcar com as consequências. As editoras do telejornalismo são quem decidem o que vai e o que não vai. Tanto que durante o jornal são elas que derrubam matérias, são a Sandra e a Lúcia, as duas são editoras do telejornal, elas decidem qual matéria vai e qual não vai”.

A conformação, no entanto, nem sempre é pacífica, e conduz para um quadro de insatisfação e crítica ao próprio governo. “É decidido de forma autoritária, já ouvi falar que é o pior governo para o telejornal, tem dias que é impraticável fazer jornalismo aqui dentro.”

Trata-se, portanto, de uma relação hierárquica, vertical, a tomada de decisões de programação, na TV Brasil Central, não se adequando esse modo de gestão e funcionamento aos critérios da comunicação pública.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O corolário desta pesquisa permite afirmar que a TV Brasil Central é uma televisão estatal que não se adequa aos parâmetros da televisão pública. Tanto os dados empíricos, colhidos da análise da programação, quanto aqueles obtidos da experiência relatada dos jornalistas da emissora, permitem convergir as conclusões deste trabalho para uma crítica de um sistema televisivo que parece ser tomado pelos governantes para a satisfação de seus objetivos políticos específicos, ou, pior ainda, apropriado por entes privados, para o atingimento de objetivos econômicos, quase sempre a custo do erário.

O debate público sobre a natureza pública da TV Brasil Central é uma imposição urgente da ordem democrática e da lisura com a coisa pública, no Estado de Goiás. A coexistência da priorização ou a exclusividade da propaganda governamental com as ações de censura relatadas descaracterizam o jornalismo como atividade orientada para a cidadania, sequer coadunando com os objetivos do próprio Estado, como ente público por excelência. E, por fim, a utilização do oneroso recurso público aplicado na realização televisiva para o atendimento de finalidades exclusivamente privadas significa um claro desvio da finalidade pública do Estado, com graves consequências tanto econômicas, quanto simbólicas e culturais.

A noção de comunicação pública mostra-se, pois, como um importante referencial do debate político da comunicação no Estado, independente das possibilidades que o conceito possa ter, ao abranger os espaços comunicacionais para além do estatal. E a TV Brasil Central, como uma emissora pública apropriada por interesses políticos e privados, constitui um exemplo do quanto se pode e deve transformar a comunicação estatal, no Brasil de hoje.

PUBLIC COMMUNICATION SERVING THE PRIVATE AND POLITICAL INTERESTS: THE CASE OF CENTRAL BRAZIL TV IN GOIÁS

Abstract: this article seeks to study one of the oldest state broadcasters in the country, Central Brazil TV, owned by the State of Goiás, and, from the characteristic elements of public communication, it searches the extent to which modes of operation and management and ownership of content and relationships with society brought

by this television can meet the criteria of communication and public broadcasting. In this context, we show that the station in question develops a practice of appropriating public by political groups and private interests, mischaracterizing its public function, rather than its legal state.

Keywords: *Public communication. Public broadcasting. Statetelevision. TV Central Brazil*

Referências

BRANDÃO, Elizabeth. Conceito de comunicação pública. In: DUARTE, Jorge. Comunicação pública: Estado, mercado, sociedade e interesse público. São Paulo: Atlas, 2007. (p. 1-33)

MONTEIRO, Graça F. A singularidade da comunicação pública. In: DUARTE, Jorge. Comunicação pública: Estado, mercado, sociedade e interesse público. São Paulo: Atlas, 2007. (p. 34-46)

DUARTE, Jorge. Instrumentos de comunicação pública. In: Comunicação pública: Estado, mercado, sociedade e interesse público. São Paulo: Atlas, 2007. (p. 59-71)

NOBRE, Guilherme F. Capital social, comunicação pública e deliberação: a gestação do capital comunicacional público. In: MARQUES, Ângela; MATOS, Heloíza. Comunicação e política: capital social, reconhecimento e deliberação pública. São Paulo: Summus, 2011 (p. 255-272).

VALENTE, Jonas. Concepções e abordagens conceituais sobre sistema público de comunicação. In: Sistemas públicos de comunicação no mundo: experiências de doze países e o caso brasileiro. São Paulo: Paulus, Intervezes, 2009. (p. 25-46).

SIGNATES, Luiz. Comunicação como política pública: da abrangência teórica às questões políticas. Revista Ser, v. 1, n. 1, p. 4-19. Goiânia: Editora da Pontifícia Universidade Católica de Goiás, 2009.

SIGNATES, Luiz. Políticas públicas de comunicação: referenciais teóricos e práticos de um problema mais amplo do que se pensa. In: XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom, Belo Horizonte, 2003. Texto disponível no Portcom: Portal de livre acesso à produção em ciências da comunicação. <http://www2.intercom.org.br/navegacaoDetalhe.php?option=trabalho&id=42305>. Acesso em: 05/11/2012 às 13h16.