

## **A digitalização da televisão: a TV Brasil e a consolidação da televisão pública no país<sup>1</sup>**

Juliana Marques de Carvalho<sup>23</sup>

Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, Bauru, SP

### **Resumo**

O processo de digitalização da TV brasileira trouxe novamente à pauta das discussões a TV Pública. A criação de uma televisão pública, a TV Brasil se constitui como um processo importante no fortalecimento deste tipo de televisão no país. Nesta perspectiva, este artigo tem como objetivo discutir como a criação da TV Brasil contribui para a consolidação da TV Pública, bem como no fortalecimento do sistema público de comunicação brasileiro.

**Palavras-chave:** Digitalização; Economia Política da Comunicação; TV Brasil; Televisão Pública

### **1.Introdução**

O Brasil está passando por um momento de transição e adaptação na sua estrutura capitalista e no modo de fazer televisão, a implantação do Sistema Brasileiro de Televisão Digital evidencia este fato, visto que este momento de transição é fundamental para uma revisão profunda da televisão como um todo, inclusive sobre a televisão pública, que tem a oportunidade de sair da condição marginal a que vinha sendo submetida por tantos anos. O início do debate sobre a televisão digital no Brasil data no começo da década de noventa, no entanto, somente no governo do presidente Luiz Inácio Lula da Silva<sup>4</sup> que este processo despontou, com a realização de testes, os quais visavam à escolha do melhor padrão para o Brasil bem como a criação de decretos que estabeleciam as finalidades e objetivos do novo sistema que estava sendo implantado.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Economia Política da Informação, Comunicação e Cultura do XII Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Mestranda do Programa de Pós Graduação em Comunicação da Faculdade de Arquitetura, Arte e Comunicação - Unesp Campus Bauru-SP, E-mail: [jmarquescarvalho@hotmail.com](mailto:jmarquescarvalho@hotmail.com)

<sup>3</sup> A autora agradece à Fundação de Amparo à Pesquisa (FAPESP) pelo apoio dado a pesquisa vinculada a este trabalho.

<sup>4</sup> O governo do presidente Luiz Inácio Lula da Silva também propiciou, como veremos no decorrer deste artigo, uma mudança em relação as TVs Públicas que segundo Valente (2009) resultou em experiências e roupagens distintas de retomada de um viés democrático dos, denominados pelo autor, Aparelhos Midiáticos Públicos.

O governo do presidente Luiz Inácio Lula da Silva também foi o responsável pela criação da Empresa Brasil de Comunicação da TV Brasil, inaugurando um novo período na radiodifusão pública brasileira. A criação da TV Brasil se deu para que a mesma se constituísse como uma alternativa aos meios comerciais de comunicação bem como a possibilidade de uma programação mais voltada para a diversidade cultural.

O presente artigo tem como objetivo discutir como a criação da TV Brasil contribuiu para a consolidação da televisão pública no Brasil bem como no fortalecimento de um sistema público brasileiro. Para tanto será realizado, primeiramente, uma abordagem de como o Sistema Brasileiro de Televisão Digital foi implantado e as discussões por ele suscitadas sobre a reformulação da televisão que se estendeu também a TV pública. A seguir será realizada uma análise da criação da TV Brasil sob a ótica da Economia Política da Comunicação, referencial teórico cuja matriz de interesse se dá nas relações sociais que formam os campos político, econômico, social e cultural, com o intuito de compreender transformações tanto históricas como sociais e suas formas de repercussão na comunicação em todos os sentidos. (BOLAÑO; BRITTOS, 2007a). Compreendendo, desta forma, os principais processos que sucederam na criação da TV Brasil. Por último será tomado até que ponto a criação da TV Brasil possibilitou a consolidação de um sistema público de comunicação brasileiro.

## **2. O Sistema Brasileiro de Televisão Digital e a televisão pública**

A digitalização da televisão no Brasil trouxe à tona diferentes questões, entre elas a necessidade de formação no país de uma televisão pública que pudesse ser uma alternativa, de fato, às televisões comerciais que predominam na cena brasileira.

A inovação constante dos recursos tecnológicos, a partir da década de setenta, segundo Bolaño e Brittos (2007b) acaba se imbricando com as mudanças no interior do capitalismo. No sistema televisivo, segundo estes autores, a inovação tecnológica continuará intensa, tendo o seu ápice na digitalização da TV, trazendo assim, novas possibilidades de transmissão, formatação de novos conteúdos, bem como a interatividade e a inclusão digital, principais objetivos do sistema brasileiro de televisão digital.

No Brasil a digitalização da televisão se deu através do Sistema Brasileiro de Televisão Digital (SBTVD), instituído pelo Decreto 4.901 de 2003, o qual também definia seus objetivos, entre eles artigo 1º, inciso I “promover a inclusão social, a diversidade cultural do País e a língua pátria por meio do acesso à tecnologia digital, visando à

democratização da informação”; e ainda, artigo 1º inciso II “propiciar a criação de rede universal de educação à distância”; entre outras providências.

Em 2006, por meio do decreto 5.820 é definida a opção brasileira, atendendo às pressões das radiodifusoras, pelo padrão japonês ao qual é acrescentado a tecnologia nacional, bem como as tecnologias componentes do ISDB – T (Integrated Services Digital Broadcasting Terrestrial), ou seja, transmissão digital em alta definição, possibilidade de transmissão para terminais fixos, móveis e portáteis, interatividade e regras para implementação da TV Digital delimitando o prazo de sete anos para que o sinal alcance todo o território nacional.

O momento da transição do sistema de transmissão analógico para o digital era favorável para uma revisão profunda da televisão como um todo, obrigando o país a repensar também sua televisão pública. (OTONDO, 2008) Assim, organizações da sociedade civil e alguns setores do governo reuniram-se para discutir a necessidade de existir uma televisão pública no Brasil, permitindo o acesso à população de programas de qualidade, que privilegiam a identidade nacional e o patrimônio cultural, além de promover a cidadania e a valorização de seu público como cidadãos e não como meros consumidores.

Entre as ações mais importantes na promoção da discussão sobre a TV pública está a realização do I Fórum Nacional de Televisão Pública, realizado em maio de 2007, iniciativa do Ministério da Cultura, por meio da Secretária de Audiovisual, com o apoio da Presidência da República. Um dos seus objetivos era compreender os desafios da televisão pública brasileira no cenário da revolução digital (GIL, 2006); através de diversos debates com os participantes, que incluíam os representantes das emissoras públicas, educativas, culturais, universitárias, organizações da sociedade civil (entre elas o Intervezes-Coletivo Brasileiro de Comunicação Social<sup>5</sup> e o Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação - FNDC), militantes de movimentos sociais, comunicadores, acadêmicos, produtores culturais, entre outros, buscou-se debater a televisão que se quer construir em meio ao contexto da transição digital.

O resultado do I Fórum Nacional de Televisão Pública foi a Carta de Brasília, na qual os participantes afirmavam que a “TV pública promove a formação crítica do indivíduo para o exercício da cidadania e da democracia” e também que a mesma “deve ser

---

<sup>5</sup> O Coletivo Brasileiro de Comunicação Social – Intervezes, defendia que a TV Digital deveria possibilitar a entrada de novos atores, especialmente de caráter público, garantindo, assim, a democracia efetiva e a liberdade de expressão e pensamento, estabelecendo um sistema público de comunicação sem fins lucrativos e sob o controle da sociedade. (SOARES, 2006)

instrumento de universalização dos direitos à informação, à comunicação, à educação e à cultura, bem como dos outros direitos humanos e sociais” (CARTA DE BRASÍLIA, MANIFESTO PELA TV PÚBLICA INDEPENDENTE E DEMOCRÁTICA, 2007, s. p.) Além disso, propuseram que a TV pública, em face ao processo de migração digital deveria “garantir a construção de uma infra estrutura técnica, pública e única, que viabilize a integração das plataformas de serviços digitais por meio de um operador de rede”; bem como que a “TV pública deve ser promotora do processo de convergência digital, ampliando sua área de atuação com as novas tecnologias de informação e comunicação e promovendo a inclusão digital.” (CARTA DE BRASÍLIA, MANIFESTO PELA TV PÚBLICA INDEPENDENTE E DEMOCRÁTICA, 2007, s. p.) Desse modo, observa-se o início dos contornos para uma rede pública de televisão.

Em outubro de 2007, foi publicada a Medida Provisória 398 que além de promover a criação da TV Brasil e a autorização para o Poder Executivo constituir a Empresa Brasil de Comunicação (EBC) instituiu “os princípios e objetivos dos serviços de radiodifusão pública explorados pelo Poder Executivo ou outorgados a entidades de sua administração indireta”(BRASIL 2007). Assim surgiu a EBC, resultado da união dos patrimônios da Empresa Brasileira de Comunicação (RadioBrás) e da Associação de Comunicação Educativa Roquette Pinto (Acerp), responsável por gerir a TVE Rio de Janeiro.

Diferentemente das sinalizações dadas até então, a Medida Provisória criava não apenas uma emissora de TV, mas uma nova empresa pública de comunicação, estruturada a partir da incorporação da Radiobrás e do patrimônio da Acerp, que teria funções de executar os serviços da radiodifusão pública do Poder Executivo Federal e operar sua própria rede de emissoras e estações de retransmissoras e repetidoras, bem como distribuir a publicidade legal dos órgãos de da administração direta e indireta. A norma fixou também os objetivos dos serviços de radiodifusão pública do Poder Executivo Federal, entre eles: oferta de mecanismos para o debate público de temas de relevância nacional e internacional; desenvolvimento da consciência crítica do cidadão por meio de programação educativa; informativa e cultural promotora da cidadania; consolidação da democracia, com estímulo a participação da sociedade e, garantia do direito à informação dos cidadãos. (VALENTE, 2009, p.128)

A aprovação desta Medida Provisória evidenciava a pressa do governo em estabelecer uma televisão pública. Segundo Otondo (2008) sua “pressa era justificada pela

necessidade de colocar uma televisão pública no ar ao mesmo tempo em que as comerciais, para ocupar seu espaço no dia da inauguração do sistema digital em 2 de dezembro de 2007.” (p.142) Portanto, em 2007 juntamente com a inauguração do sistema de televisão digital ia ao ar a TV Brasil, inicialmente com transmissões somente para os estados de São Paulo, Rio de Janeiro, Distrito Federal e Maranhão. Embora inaugurada, o canal ainda não tinha de fato uma programação constituída, sendo apenas uma junção das emissoras exploradas pelas estruturas de comunicação do governo. (VALENTE, 2009)

A constituição TV Brasil se deu de forma emblemática, neste sentido, a seguir será abordada a sua implantação a partir da ótica da Economia Política da Comunicação, a qual se caracteriza pelo uso do referencial teórico e metodológico da Economia Política Crítica, principalmente marxista, buscando “(...) analisar as mudanças sociais e as transformações históricas ocorridas a partir do desenvolvimento, da estruturação e da apropriação dos veículos de comunicação na sociedade capitalista.” (SANTOS, 2008, p. 20)

### **3. A criação da TV Brasil sob a perspectiva da Economia Política da Comunicação**

A criação da TV Brasil foi antecedida por várias discussões<sup>6</sup> entre os membros do governo, do então presidente Luiz Inácio Lula da Silva, e de alguns setores da sociedade civil que defendiam transparência tanto nas intenções do governo em criar uma rede pública de televisão quanto na formatação da gestão da mesma. Segundo Valente (2009) a criação da EBC e do seu serviço televisivo, a TV Brasil, representou uma tentativa de superação do passado de atrelamento dos canais públicos aos governos e autoridades, para apontar na direção de construção de iniciativas de fato públicas.

O projeto da TV Brasil foi apresentado como Medida Provisória publicada em outubro de 2007, a qual era forma mais cotada para a apresentação desta matéria, assim a TV Brasil deveria entrar no ar em dezembro, sendo que um projeto de Lei prolongaria este processo. Desse modo, mesmo com a Medida Provisória tramitando no Congresso, a TV Brasil entra no ar em dezembro de 2007, juntamente com a inauguração do Sistema Brasileiro de Televisão Digital, assinando no mesmo mês um acordo de formação de rede com vinte emissoras públicas, educativas, universitária, de todo os país. O mesmo permitia a existência de um sistema de colaboração tanto na transmissão como na produção de

---

<sup>6</sup> Não serão tomados neste artigo todos os processos que antecederam a criação da TV Brasil pelo espaço limitado do texto.

conteúdos, possibilitando à TV Brasil se estender por outros estados. Segundo Araújo (2008) “a formação de rede é um ponto vital na estrutura da TV pública nacional.” (p.11) Sobretudo, observa-se a intenção em constituir a TV Brasil como a ponta de uma nova Rede Pública de Televisão; assim, esta nova modalidade de comunicação é tirada da posição marginal de antes, estabelecendo-se como referência de uma programação de qualidade voltada para a diversidade cultural e também na promoção de debates de temas nacionais. (INTERVOZES, 2007)

Nesta perspectiva de criação de uma nova televisão pública, o referencial da Economia Política da Comunicação é de relevância para o entendimento deste processo. Este tem sua base na crítica da Economia Política de Karl Marx, por meio de uma análise baseada no método materialista histórico dialético, Marx tematiza a emergência de uma nova sociedade trazida pelo desenvolvimento do capitalismo onde o homem e o contexto no qual ele vive tem papel fundamental, assim, para o autor há um movimento concreto, produto da ação humana, capacitando o homem a transformar o meio em que ele vive. “(...) Marx pressupõe uma natureza humana definida na forma de uma faculdade essencial de experiência por parte do indivíduo.” (CUTLER; HINDESS; HIRST, HUSSAIN, 1977, p.243).

A Economia Política da Comunicação preocupa-se em analisar e compreender, através dos diferentes setores da sociedade, a lógica do mercado e a regulação promovida pelo Estado, portanto, esta teoria se destaca por sua ênfase em descrever e examinar o significado das instituições, especialmente empresas e governos, os quais são responsáveis, entre outras coisas pela regulação do mercado de comunicação (MOSCO, 2006).

Mosco (2006) sustenta que a Economia política da Comunicação constitui teoria realista, inclusivista e crítica. É realista pois parte do pressuposto de que a realidade é constituída tanto do que vemos como do modo que explicamos o que vemos; inclusivista porque tem consciência de que é apenas mais uma entre tantas possibilidades de explicar um fenômeno e crítica pela relação que mantém com a economia política como um todo bem como com a comunicação em geral e também com paradigma marxista a que está circunscrita.

Segundo Brittos e Bolaño (2007a),

A economia política da comunicação se interessa pelo estudo da totalidade das relações sociais que formam os campos econômico, político, social e cultural, objetivando compreender a mudança

social e a transformação histórica e como ela repercute e se imbrica com o mundo da comunicação em todos os sentidos. ( p.49)

Os fenômenos e processos centrais analisados pela Economia Política da Comunicação, de acordo Valente (2009) são: a Indústria Cultural em sua dimensão integrada ou em suas manifestações específicas; os sistemas de mídia internacionais, nacionais e regionais; modelos institucionais, processos de regulação e políticas públicas relativos à área das comunicações; a propriedade dos meios de comunicação e movimentos de integração e concentração; as diferentes modalidades de cada uma das mídias (privadas, comerciais, públicas, comunitárias, daí o fato deste artigo usar como base este referencial, visto que além de permitir o entendimento da configuração dos meios de comunicação no contexto capitalista também possibilita evidenciar

(...) que a reprodução mundial do modo de produção capitalista traz no seu bojo a expansão não apenas de uma cultura de dominação, cujo exemplo mais acabado talvez seja a própria indústria cultural, mas também de culturas de resistência, das quais, diga-se de passagem, essa mesma indústria se vale. (BOLAÑO; BRITTOS, 2007a, p.52)

É no cenário de transformações substanciais na mídia, delineado no século XX e aprofundado no século XXI, que se busca compreender as mudanças provocadas principalmente pela reestruturação capitalista e pelas novas tecnologias de informação e comunicação, neste sentido, a Economia política da Comunicação se constitui como uma das perspectivas teóricas e metodológicas mais pertinentes e produtivas na reflexão desses processos de mudanças. (FONSECA, 2007)

A criação de uma TV pública no Brasil é uma antiga aspiração da sociedade brasileira, na qual há o domínio de redes comerciais que exercem forte influência no país, no entanto, a criação da TV Brasil se deu de forma conturbada, com um projeto marcado por distorções tanto nos pressupostos de sua origem como no meio escolhido para sua implantação, a pressa na condução deste processo, retirou os cidadãos das discussões, sendo mais uma vez deixados de lado nas decisões do governo.<sup>7</sup> (MELEIRO; MENDONÇA, 2009) Assim, a sociedade recebeu uma televisão pública sem realmente saber de fato o seu real significado, consequência deste processo, é que muitos brasileiros desconhecem a existência deste tipo de televisão no Brasil. Segundo Brittos e Bolaños (2008) a TV Brasil

---

<sup>7</sup> Fato este que também ocorreu com a discussão sobre a implantação do sistema digital.



embora represente um avanço democrático na organização de mídia do país, por si só não elimina a necessidade de mudanças estruturais profundas que visem à democratização do sistema brasileiro de televisão em todo o seu conjunto. Desse modo, observa-se que a TV Brasil ainda não se constitui como a rede de televisão pública almejada por muitos, no entanto, sua existência gerou o debate sobre o papel dos meios de comunicação no Brasil.

#### **4. TV Brasil: instituição de um Sistema Público de Televisão Brasileiro?**

A discussão sobre a implantação da televisão pública no Brasil se inicia desde o Regime Militar. Valente (2009) faz uma periodização das fases por que passou a constituição da televisão pública no Brasil.

Segundo este autor o ano de 1967 pode ser considerado como o do nascimento da TV pública no Brasil, apesar de discutida desde o início da década de sessenta é somente neste ano que se pode falar, efetivamente, deste tipo de televisão no país, através da criação da Fundação Centro Brasileiro de TV Educativa (FCBTV) e também pelo início das atividades das emissoras educativas, entre elas o surgimento da TV Universitária de Pernambuco (TVU-UFPE). A sua formatação estava voltada para atender às necessidades de massificação da educação diante da demanda dos capitais nacionais e internacionais de mão de obra qualificada. Além disso, segundo afirma Leal (1988) “(...) as forças que detinham o controle do aparelho de Estado nessa época tentaram uma reorganização das formas de escolarização, buscando garantir maior eficiência na reprodução das relações de produção de acordo com seu projeto político e econômico.” (p.26) Em 1975, foi criada a Radiobrás, Empresa Brasileira de Radiodifusão, sua criação foi autorizada pela lei 6.301.

A criação da Radiobrás instituiu uma segunda tendência na estruturação da televisão pública pelo poder Executivo federal: para além da coordenação da rede de emissoras educativas pela FCBTVE, o governo federal optou por organizar uma estrutura própria centralizada, solução que iria assegurar condições, mais de 30 anos depois, para o projeto que resultou na criação da Empresa Brasil de Comunicação e da TV Brasil. (VALENTE, 2009, p.64)

Na década de 1980, segundo Valente (2009), se dá a segunda fase da evolução da televisão pública, assim essas redes buscaram um novo papel na concorrência televisiva, deixando de lado o projeto de teleducação adotando uma programação mais generalista, não



mais centrada em programas educativos. Para o autor, alguns fatores motivaram as televisões a entrar neste movimento, entre eles

(1) a redução da força do projeto educativo militar em meio às atenções voltadas ao processo de abertura, marcada pela disputa política nas eleições de 1982, pelo derrotado movimento das Diretas Já e pela transição gradual durante o regime Sarney; (2) a forte diminuição da demanda por qualificação da mão-de-obra por conta crise vivida pelos capitais individuais nesta década, o que reduziu fortemente sua capacidade de contratação; (3) a queda no repasse de recursos das várias esferas do Estado proveniente da perda de capacidade de investimentos em razão da crise econômica, penalizando as áreas mais periféricas da operação estatal (...) (VALENTE, 2002, p.69)

Este período foi marcado pela busca de financiamentos por parte das televisões públicas, já que as mesmas se deparavam com o ambiente competitivo marcado pelo predomínio das emissoras comerciais, desse modo, ao privilegiar uma programação de qualidade as mesmas necessitavam também de um maior repasse de verbas. Apesar de algumas propostas serem delineadas, para que houvesse aumento na transferência de verbas para as emissoras públicas, nenhuma delas foi concretizada.

A terceira fase foi caracterizada pela crise das emissoras públicas no país, a tendência no final da década de 80, início de 90, era o ideário neoliberal, no qual era reservado um novo papel aos empreendimentos estatais. Com repasses cada vez menores por parte do Estado as TVs públicas foram obrigadas a buscar por financiamento, o que prejudicou na configuração, de fato, de um modelo para as mesmas. Somente com o governo do presidente Luiz Inácio Lula da Silva que se há uma nova configuração deste cenário de crises por que passou a televisão pública na década de 90.

Com a chegada do novo presidente, houve um revés, no plano federal, do processo de desmonte das estruturas governamentais de radiodifusão operadas durante oito anos da gestão de Fernando Henrique Cardoso, resultando em experiências de roupagens diferenciadas de retomada de um viés democrático dos Aparelhos Midiáticos públicos. Tal fenômeno ocorreu nas duas estruturas de comunicação mantidas pelo ou vinculadas ao governo federal naquele momento: a Acerp e a Radiobrás.” (VALENTE, 2009,p.84)

A reestruturação da televisão pública culminou com a criação Empresa Brasil de Comunicação (EBC) e da TV Brasil em 2007, com o objetivo de veicular uma programação comprometida com os princípios democráticos e que mostrasse a realidade social e cultural do país (OTONDO, 2008)

Diante do exposto, pode-se dizer que a constituição de um sistema público de comunicação no Brasil se deu a partir da criação da EBC, o que se tinha antes eram experiências isoladas, ou seja, TV Cultura, TVs Educativas, entre outras. (MOYSES; VALENTE; SILVA, 2009). Contudo, este sistema ainda não está consolidado, visto que, ainda há o predomínio, tanto na audiência quanto na influência, das televisões comerciais, dificultando à TV pública garantir seu espaço, e conseqüentemente o fortalecimento do sistema como um todo. Além disso, MOYSES, VALENTE, SILVA (2009), evidenciam cinco dimensões problemáticas desta nova fase da comunicação pública brasileira que são vitais à consolidação de um sistema público de comunicação no país: legitimação; gestão, autonomia e participação; distribuição; programação e financiamento.

Para que haja uma consolidação do sistema público, este deve a princípio ter legitimação perante a sociedade civil como um todo. Assim, para ser de fato uma alternativa aos meios de comunicação comerciais o mesmo deve ser amplamente conhecido pela população, bem como ter sua extensão para todo o país.

O fortalecimento da gestão, autonomia e participação se dará a partir da independência em relação ao mercado e aos governos, privilegiando a participação da sociedade na gestão do sistema e dos principais operadores. (MOYSES, VALENTE, SILVA 2009)

A distribuição também se constitui como um fator importante, pois se trata da capacidade de ofertar conteúdo para a população, “tal desafio passa pela capacidade tecnológica, mas, sobretudo, por uma política de circulação da programação que pode optar por um modelo de rede, pela retransmissão de conteúdos ou pela combinação de ambos.” (MOYSES; VALENTE; SILVA, 2009, p.314). Assim, a necessidade de investimentos tecnológicos para a ampliação das transmissões é permanente.

A programação também é um elemento relevante, uma vez que o sistema brasileiro contou com diversas iniciativas de conteúdos, entretanto, ainda não há uma política pública responsável por fomentar tais iniciativas de um modo abrangente. Outro ponto a ser levado em conta é o financiamento, chave para qualquer sistema público de comunicação, de acordo com MOYSES; VALENTE; SILVA (2009), “ele condiciona a independência, a

amplitude, da distribuição e as condições de produção e veiculação de programação.” (p.318) O caso brasileiro necessita de uma remodelação, visto que o sistema pode estar sujeito às mudanças nos poderes da República e vulnerável às forças contrárias ao desenvolvimento do projeto, assim como o impedimento do desenvolvimento do sistema, mantendo-o a margem das comunicações do país.

Observa-se que o sistema público de comunicação brasileiro está se delineando, embora sua criação seja uma difícil tarefa, principalmente em um país marcado pelo predomínio das emissoras comerciais as quais exercem fortes pressões no governo e pela concentração dos meios de comunicação, o mesmo contribuirá de forma efetiva tanto para mudança deste cenário quanto para a efetivação da democracia.

## **5. Considerações finais**

A discussão sobre a implantação de uma televisão pública no país foi retomada com mais força a partir da implantação do Sistema Brasileiro de Televisão Digital, a oportunidade de se repensar a televisão como um todo levou as discussões sobre o delineamento da televisão que se quer no país. A realização do I Fórum Nacional de TVs Públicas, em 2007, evidencia claramente esta tendência.

Após um período de discussões dos diversos setores do governo e da sociedade civil, se dá a criação em 2007 da TV Brasil, com o intuito de privilegiar uma programação de qualidade voltada para a identidade nacional e valorização do patrimônio cultural. Contudo, esta despertou a desconfiança de alguns setores da sociedade civil, visto que o governo não dirigiu as discussões como se deveria, excluindo os cidadãos deste processo.

A análise da criação da TV Brasil sob a perspectiva da Economia Política da Comunicação, evidencia que a mesma foi constituída como uma alternativa real aos meios hegemônicos de comunicação no Brasil, visto que este referencial teórico se contrapõe firmemente à lógica do mercado colocando em evidência tanto as contradições do sistema capitalista como a participação dos setores sociais nos diferentes processos de produção comunicacional. (CABRAL, 2008)

A consolidação da TV Brasil proporcionará o fortalecimento do sistema público de comunicação como um todo, garantindo à televisão pública não só um espaço, que atualmente é dominado pelas grandes emissoras de radiodifusão, mas também a possibilidade de estruturação de uma programação mais voltada para a qualidade e para o

desenvolvimento de uma sociedade com o intuito de que a mesma se constitua como sujeito dos processos comunicacionais. Além de propiciar aos cidadãos uma consciência crítica permitindo-os participar ativamente destes processos e não mais relegados ao segundo plano, como ocorre constantemente no Brasil.

## Referências

ARAÚJO, V. M. V. B. **TV Pública no Brasil: história, regulamentação e a criação da TV Brasil**. Trabalho apresentado no Grupo de Análise de telejornalismo, no Colóquio Internacional de Televisão e Realidade, UFBA, Bahia, 2008.

BRASIL. **Decreto nº 4.901, de 26 de novembro de 2003**. Institui o Sistema Brasileiro de televisão digital SBTVD, e outras providências. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/decreto/2003/D4901.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/2003/D4901.htm)> Acesso em 28/04/2011

\_\_\_\_\_. **Decreto nº 5.820, de 29 de junho de 2006**. Sobre a implantação SBTVD-T, estabelece diretrizes para a transição para o sistema digital do serviço de radiodifusão, de sons e imagens e do serviço de retransmissão de televisão e outras providências. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2004-2006/2006/Decreto/D5820.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2004-2006/2006/Decreto/D5820.htm)> Acesso em 28/04/2011

BRITTOS, V. C.; BOLAÑO, C. R. S. **Capitalismo e Comunicação: a TV Digital no Brasil**. Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Economia Política e Políticas de Comunicação, do XVI Encontro da Compós, UTP, em Curitiba, PR, junho 2007b.

\_\_\_\_\_. **A televisão brasileira na era digital: exclusão, esfera pública e movimentos estruturantes**. São Paulo: Paulus, 2007a.

\_\_\_\_\_. **TV Pública, políticas de comunicação e democratização: movimentos conjunturais e mudança estrutural**. Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Economia Política e Políticas de Comunicação, do XVII Encontro da Compós, na UNIP, São Paulo, SP, junho 2008 Disponível em : [http://www.compos.org.br/data/biblioteca\\_337.pdf](http://www.compos.org.br/data/biblioteca_337.pdf) Acesso em : 23/08/2011

CABRAL, A. Economia política da comunicação no Brasil: terreno fértil para análises maduras. In: BRITTOS, V. C.; CABRAL, A. (Orgs.). **Economia Política da Comunicação: interfaces brasileiras**. Rio de Janeiro: E-papers, 2008.

CARTA DE BRASÍLIA. Manifesto pela TV Pública independente e democrática. **I Fórum Nacional de TVs públicas. 2007**. Disponível em: <http://www.cultura.gov.br/site/wp-content/uploads/2008/11/cartadebrasil.pdf> Acesso em: 01/06/2012

CUTLER, A.; HINDESS, B.; HIRST, P.; HUSSAIN, A. **O capital de Marx e o Capitalismo de hoje**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1977

FONSECA, Virginia. **A economia política e os estudos de comunicação**. Revista Verso e Reverso – Revista da Comunicação. Ano XXI, número 48, 2007.

GIL, G. Uma agenda estratégica para o Brasil. In: Vários autores. **I Fórum Nacional de TV's públicas: Diagnóstico do Campo Público de Televisão**. Brasília: Ministério da Cultura, 2006.

INTERVOZES. **TV Brasil: passo à frente, mas muito ainda a caminhar**. Publicado no Observatório do Direito à Comunicação, em 06/11/2007. Disponível em: [http://www.direitoacomunicacao.org.br/content.php?option=com\\_content&task=view&id=1867](http://www.direitoacomunicacao.org.br/content.php?option=com_content&task=view&id=1867)  
Acesso em: 08/06/2012

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

MATTELART, A., MATTELART, M. 1999. **História das teorias da comunicação**. São Paulo, Loyola, 220 p.

MELEIRO, A; MENDONÇA, J. M. **Preparação do 2º Fórum Nacional de Televisão Pública**. Publicado no Observatório do Direito à Comunicação, em 21/06/2009. Disponível em: [http://www.direitoacomunicacao.org.br/content.php?option=com\\_content&task=view&id=4624](http://www.direitoacomunicacao.org.br/content.php?option=com_content&task=view&id=4624)  
Acesso em 22/06/2012

MOSCO, V. La Economía Política de la Comunicación: una actualización diez años después. In: **Cuadernos de Información y Comunicación (CIC)**. Vol.11, p. 57-79, 2006.

\_\_\_\_\_. **Repensando e renovando a economia política da informação**. Perspectivas em Ciência da Informação. Belo Horizonte, v.3, n.2, p.97-114, jul./dez. 1998.

MOYSES, D.; VALENTE, J.; SILVA, S. P. Sistemas Públicos de Comunicação: panorama analítico das experiências em doze países e os desafios para o caso brasileiro. In: INTERVOZES: Vários autores. **Sistemas públicos de comunicação no mundo: experiência de doze países e o caso brasileiro**. São Paulo: Paulus, Intervezes, 2009 (Coleção Comunicação)

OTONDO, T. M. **Televisão Pública na América Latina: Para quê e para quem?**. 2008. Tese (Doutorado)- Universidade de São Paulo. Programa de Pós-Graduação em Integração da América Latina – PROLAM/USP, 2008.

SANTOS, S. dos. Get back to where you once belonged: alvorada, ocaso e renascimento da economia política nas análises da comunicação. In: BRITTOS, V. C.; CABRAL, A. (Orgs.). **Economia Política da Comunicação: interfaces brasileiras**. Rio de Janeiro: E-papers, 2008

SOARES, M. C. **A luta pela democratização dos meios e as tecnologias digitais**. In Revista de Comunicação Midiática: Revista do Programa em Comunicação da FAAC/UNESP, nº5, ano 3, Bauru/SP, set 2006.